radio-fernseh-händler

B 5734 E

50. Jahrgang
Oktober 1973

10

FACHBLATT FÜR DEN RADIO-, FERNSEH- UND PHONO-MARKT

JOSEF KELLER VERLAG

Aera III beginnt

Vor einigen Jahren beschlossen wir, ein Abtastsystem zu entwickeln, das eine Herausforderung an alles Bisherige darstellt. Durch eine Computeranalyse unterstützt, kamen wir zu dem Schluß, daß eine Weiterentwicklung des Systemkörpers und des Einschubs des „V-15 II (verbessert)" nicht mehr sinnvoll ist. Dies wäre nur auf Kosten der vollendeten Übereinstimmung der Parameter durchführbar gewesen.
So entstand als Ergebnis mehrjähriger Entwicklung eine völlig neuartige laminierte Magnetkernstruktur. Der Abtaststifteinschub wurde durch 25%ige Reduzierung der effektiven Masse verbessert. Diese Entwicklungen resultieren in einem Höchstmaß an Trackability (Abtastfähigkeit) bei ultraleichten Auflagekräften von 0.75—1.25 p (g). Zudem wurde ein wirklich linearer spitzenfreier Frequenzgang sowie eine größere Dynamik erreicht. Und all das ohne Reduzierung der Ausgangsspannung! Eine spontane Liebe zur V-15 III entwickelt sich schnell zu einer festen Bindung. Ein Zurück zu anderen Abtastsystemen ist einfach undenkbar. Shure V-15 III – der neutrale Mittler zwischen Schallplatte und Ohr. Man muß sie gehört haben!

SHURE®

Shure Vertretungen: Deutschland: Sonetic Tontechnik GmbH, 6236 Eschborn (Taunus), Frankfurter Allee 19-21; Schweiz: Telion AG, 8047 Zürich, Albisriederstr. 232; Österreich: H. Lurf, Wien 1, Reichsratsstr. 17; Orchester-Sektor: E. Dematté + Co., Innsbruck, Bozener Platz 1; Niederlande: Tempofoon, Tilburg; Dänemark: Elton, Dr. Olgasvej 20-22, Kopenhagen.

Unser Titelbild

So sieht ein Ausschnitt der neuen TED-Bildplatte unter dem Rastermikroskop aus. Auf unserem Bild erscheinen die Rillen etwa 20000mal so groß wie in Wirklichkeit.
Über die Technik der neuen Geräte haben wir bereits früher ausführlich berichtet. Im nächsten Heft werden wir auf die absatzwirtschaftlichen Fragen eingehen, die besonders bei der Einführung des neuen Mediums für jeden Fachhändler wichtig sind. (Bild: Telefunken)

radio-fernseh-händler

FACHBLATT FÜR DEN RADIO-, FERNSEH- UND PHONO-MARKT

Mitglied des Deutschen High-Fidelity-Instituts (dhfi)

Verlag:
Josef Keller Verlag, Starnberg

Herausgeber:
Josef Keller

Chefredakteur:
Dipl.-Ing. Wolfgang Sandweg

Redaktion:
Wolfgang und Margot Sandweg

Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro „radio-fernseh-händler"
8131 Aufkirchen über Starnberg, Weiherfeld 14,
Tel. (0 81 51) 56 69, Telex 5 26 438
(Josef Keller Verlag)

Erscheinungsweise:
In der ersten Woche jeden Monats

Verbreitete Auflage:
6000 je Ausgabe

Anzeigen:
Josef Keller Verlag, 8130 Starnberg, Postfach 1440, Telefon (0 81 51) *1 30 51, Telex 5 26 438. Verantwortlich für den Anzeigenteil: Heinke Geißler. Zur Zeit Anzeigenpreisliste Nr. 10 gültig.

Bezugsbedingungen:
Bezug durch den Josef Keller Verlag, 8130 Starnberg, Postfach 1440, oder das zuständige Postamt. Halbjahresabonnement 14,77 DM (in diesem Bezugspreis sind 5,21% Mehrwertsteuer enthalten), gesamtes Ausland Jahresabonnement 35,— DM, einschließlich Versandkosten, Jahresbezugspreis Schweiz 48.— sfr.

Schweiz: Bestellung und Auslieferung durch Anton Bengeser, CH 8280 Kreuzlingen, Postfach 207.

Druck:
Courier Druckhaus Ingolstadt, 8070 Ingolstadt
Telex: 55756 cdruck, Telefon (08 41) 30 31

Nachdruck ist nur mit Genehmigung der Redaktion gestattet. Für unverlangt eingehende Manuskripte wird keine Gewähr übernommen.

Aus dem Inhalt

Markt und Wirtschaft

Berliner Nachlese
331 Die Qual der Auswahl

Fernsehgeräte-Leasing in England:
332 Wie es in England zum Leasing kam

rfh-Konjunkturbericht:
336 Der Fachhandel im August

Produktionsübersicht:
338 Monat Juli

Struktur des Fachhandels:
340 Betriebsvergleich des Fachgroßhandels für 1971

Struktur der Handelsvermittlung:
384 Strukturanalyse der Handelsvertreter unserer Branche

Einzelhandelsverband:
388 Sterben die Fachgemeinschaften?

Verkaufsförderung

Testergebnisse:
342 Stereo-Cassetten-Recorder

Produkt-Neuheiten

346 Farbfernseh-Empfänger mit großen und mittleren Bildschirmen
352 Farbfernseh-Empfänger mit kleinen Bildschirmen
354 Schwarz-Weiß-Portables und Movables
358 Radio-Recorder
362 Tragbare Cassetten-Recorder
366 Kombinierte Stereo-Geräte (nicht Hi-Fi)
366 Kombinierte Hi-Fi-Geräte
370 Hi-Fi-Receiver
378 Hi-Fi-Tuner
379 Hi-Fi-Verstärker
380 Hi-Fi-Plattenspieler
380 Stereo-Cassetten-Tapedecks
383 Hi-Fi-Spulen-Tonbandgeräte
383 Kofferradios

Wie der Bildschirm des Fernsehgerätes auch für andere Zwecke als Anzeigefeld benutzt werden kann, beschäftigt die Entwicklungsingenieure in vielen Firmen. Blaupunkt stellt jetzt eine Lösung für die Programm-Anzeige vor: Beim Betätigen der Programmwippe an der Ultraschall-Fernbedienung erscheint für einige Sekunden die Ziffer des eingestellten Kanals etwa 8 cm groß in gelber Farbe auf dunklem Grund. (Bild: Blaupunkt)

Unternehmensführung

Versicherungsbeiträge:
388 Der unbezahlte Urlaub

Handelsrecht:
389 Umfang und Wirkung der Prokura

Abc für den Handelskaufmann
390 Fachbegriffe aus der Handelspraxis (7)

Die letzte Seite

392 Persönliches
392 Aktuelles in Kürze

Dieser Herr läuft sich schon jetzt für die Fußball-WM ein. Graetz auch.

Die Fußball-WM wird die große Zeit des Farbfernsehgeschäftes. Graetz möchte diese Erfolgszeit schon ein bißchen vorverlegen — dann wird das Frühjahr nicht so hektisch, und das Geschäft geht jetzt schon los. Denn Graetz nutzt die Fußball-WM als das bedeutendste Fernsehereignis des Jahres, um den Verbraucher davon zu überzeugen, daß Graetz Farbfernsehgeräte funktionelle Sicherheit und lange Lebensdauer bieten.

Spezielle Anzeigenwerbung

In den großen Illustrierten erscheinen von Oktober bis zur Fußball-WM viele Graetz Farbanzeigen. Sie machen dem Verbraucher klar, daß Graetz die richtigen Farbfernseher für die Fußball-WM hat, mit denen man schon ab sofort die schönsten Fernseherlebnisse genießen kann.

Schaufenster-Werbemittel

Attraktiv gestaltete Schaufenster-Werbemittel helfen Ihnen verkaufen.

Die großen Drei von Graetz

Drei Graetz Farbfernseher werden ganz vorn mitspielen bei Ihrem Fußball-WM-Geschäft: der Burggraf mit dem Ultrasensor. Der Kornett mit dem Programm-Sensor. Und der Fähnrich zu einem Preis, der es ermöglicht, neue Käuferschichten anzusprechen.

Graetz bekennt sich zum Fachhandel
Denn Graetz bekennt Farbe.

Graetz

50. Jahrgang · Heft 10
Oktober 1973
Josef Keller Verlag · Starnberg
Herausgeber: Josef Keller

radio-fernseh-händler

FACHBLATT FÜR DEN RADIO-, FERNSEH- UND PHONO-MARKT

Berliner Nachlese

Die Qual der Auswahl

Daß zur Internationalen Funkausstellung Berlin 1973 besonders viele besonders einflußreiche Fachhändler in die Hallen unter dem Funkturm kamen, lag gewiß nicht nur an den ausgestellten Neuheiten, von denen viele ohnehin erst im nächsten Jahr lieferbar sein werden.

Weder die Preis- und Konjunktursituation, sonst wichtigstes Gesprächsthema auf einer Ausstellung, stand in Berlin auf dem ersten Platz der Tagesordnung, noch die „Übernahme-Garantie" — für manchen einheimischen Hersteller ein so heißes Eisen, daß er sich nicht offiziell dazu äußern mochte. Nichtsdestoweniger — oder gerade deshalb — werden wir auf dieses Thema demnächst noch ausführlich zurückkommen, zumal etliche Anbieter ihre attraktive und verbesserte Gewährleistung zu Recht als beachtenswertes Ein- und Verkaufsargument herausstellen.

Wichtigstes Gesprächsthema waren vielmehr die Konzepte zur Vertriebswegbindung, die in den letzten Wochen wie Pilze aus dem Branchenboden schießen. Als Würze für die Diskussionen in Berlin dienten Besucher spezieller Art, mit denen sich kein Aussteller gerne in der Branchenöffentlichkeit zeigen mag: die Einkäufer solcher Handelsunternehmen, die durch die Vertriebswegbindung von der Belieferung mit sogenannter problembehafteter Ware ausgeschlossen werden sollen.

Ganz plötzlich zeichnet sich für den Fachhandel, aber auch für die Hersteller bekannter Markenwaren mit der Einführung von Vertriebsbindungen auf breiter Linie eine problematische Entwicklung ab, deren ganze Tragweite für viele Fachhändler erst im kommenden Jahr erkennbar werden dürfte: Viele ernstgemeinte Vertriebsbindungen können auf die Dauer nur dann mehr sein als ein Stück Papier, wenn sie von Brüssel als für den gesamten EWG-Raum statthaft zugelassen werden und wenn eine echte Selektierung der anerkennenswerten Fachhändler nicht nur vom Hersteller, sondern auch vom Fachhandel selbst durchgeführt würde. Das allerdings ist ein Sprengsatz, den wohl niemand im Handel zünden möchte. Eine indirekt wirksame Selektierung seitens des Lieferanten durch Honorieren fachspezifischer Dienstleistungen wäre ebenfalls ein erfolgversprechender Weg, aber auch er bringt gewichtige Probleme. In dieser Hinsicht werden immerhin ermutigende Versuche erkennbar.

Viel Zeit bleibt jedoch nicht mehr, um praktikable Lösungen zu finden: Nach unserer Auffassung bahnt sich in der Branche eine Art legalisierter Verdrängungswettbewerb in offener oder verschleierter Form an, gegen den weder das Bundeskartellamt noch die EWG-Kommission helfen werden. Helfen kann nur eines: Hersteller und Absatzmittler müssen auch unkonventionelle zulässige Möglichkeiten untersuchen, um eine ruinöse Entwicklung zu verhindern. Die Auswahl der richtigen Partner wird allerdings nicht ohne Qual möglich sein. W. Sandweg

Wie es in England zum Leasing kam

Ist Leasing mit Fernsehgeräten sinnvoll und erfolgversprechend? In der Beantwortung dieser Frage ist in den letzten Jahren ein deutlicher Wandel eingetreten. Aus welcher Sicht man in Großbritannien, dem „Mutterland" des Fernseh-Leasings, die Entwicklung auf diesem Marktsektor betrachtet, geht aus der Darstellung eines britischen Fachmannes hervor, die wir im Anschluß an unsere nachstehende Einleitung wiedergeben.

Das Mietgeschäft (Leasing) mit Fernsehgeräten breitet sich bei uns spürbar aus. Nachdem zunächst ausländische Spezialunternehmen in der Bundesrepublik expandierten, stiegen etliche Facheinzelhändler ebenfalls in das Geschäft ein und hatten damit gute Erfolge. Inzwischen bieten mehrere Fachgroßhändler ihren Kunden Leasing-Systeme an, und letzthin hat die Firma Grundig als erster einheimischer Hersteller ein eigenes Leasing-System entwickelt.

Die optimistischen Prognosen für das Leasing von Fernsehgeräten gründen sich vor allem auf die Beobachtung des Marktes in Großbritannien, wo etwa 80 % der abgesetzten Fernsehgeräte nicht durch Kauf, sondern im Leasing-Verfahren in die Wohnung des Verbrauchers gelangen. Früher war bei uns die Meinung verbreitet, der britische Verbraucher stufe bei einem Fernsehempfänger den Eigentumswert nicht so hoch ein wie den Nutzwert. In Deutschland dagegen wolle der Verbraucher einen Fernsehempfänger auch als prestigeförderndes Eigentum besitzen. Deshalb könne das Leasing bei deutschen Verbrauchern keine Gegenliebe finden.

Diese Auffassung ist mittlerweile kaum noch anzutreffen: Die Erfolge der ausländischen Leasing-Unternehmen auf dem deutschen Markt widerlegen die früheren theoretischen Vermutungen, so argumentiert man heute und hat sich damit der Realität angepaßt.

In dieser Phase der Marktentwicklung erscheint es uns höchst aufschlußreich, einmal die Ursachen für das Aufkommen des Fernseh-Leasings in Großbritannien zu betrachten, denn dafür gab es seinerzeit ganz handfeste Gründe, die hierzulande wenig bekannt sind. Warum in Großbritannien das Fernseh-Leasing zwangsläufig kommen mußte und ob es auch zukünftig seine jetzige Bedeutung behalten wird, war das hochinteressante Thema eines Vortrages auf dem Kongreß „expert international" im Juni dieses Jahres in Finnland.

Der Vortragende darf als hervorragender Sachkenner gelten: T. R. Longman ist nicht nur Inhaber eines britischen Beratungs-Unternehmens und Geschäftsführer einer Tochtergesellschaft der englischen RTRA, des Verbands der Radio- und Fernseh-Einzelhändler, sondern auch größter Aktionär einer Kette von 120 Radio-Fernseh- und Möbel-Einzelhandlungen.

Die Ausführungen von Mr. Longman geben wir nachstehend ohne wesentliche Kürzungen wieder:

Erster Miet-Anreiz: Hohe Kaufsteuer

Als im Jahre 1948 das Fernsehen in Großbritannien wieder begann, unterlagen Fernsehempfänger einer Kaufsteuer, die im Jahre 1940 als angeblich vorübergehende Kriegsmaßnahme eingeführt worden war.

Diese Steuer wurde als Abschreckung gegen den Kauf von Verbrauchsgütern erhoben, die als Luxus betrachtet wurden. In Wirklichkeit blieb sie bis zum März dieses Jahres in Kraft und wurde dann von der Mehrwertsteuer ersetzt.

In den ersten Nachkriegsperioden wurde die Kaufsteuer zu sehr hohen Sätzen erhoben (während eines Zeitabschnittes 66 % des Großhandelspreises!). Hinzu kam noch in der ersten Zeit, daß Kaufsteuer auch auf Ersatzkathodenröhren erhoben wurde: Der Verbraucher hatte für Röhrenersatz außerhalb der Garantiezeit ungefähr 25 % dessen zu zahlen, was der Empfänger ursprünglich gekostet hatte.

Die Kaufsteuer trug dazu bei, daß der Verbraucher sich nach einer Art Versicherung gegen große Kosten durch technisches Versagen umsah. Der Einzelhandel war ebenfalls unsicher, was die Zuverlässigkeit und die Instandhaltungskosten betraf; die Instandhaltungsabkommen lagen dementsprechend ziemlich hoch im Preis.

Der Verbraucher suchte deshalb andere Möglichkeiten, die nicht nur eine Versicherung für die Kosten der Reparaturen darstellten, sondern auch die Kontinuität eines Wartungsdienstes gewährleisteten: Firmen, die Geräte zur Vermietung anboten, stellten auch Ersatzgeräte während der Reparaturzeit zur Verfügung. Dies war nicht unbedingt bei Geräten der Fall, die einem Instandhaltungsabkommen unterlagen.

Zweiter Miet-Anreiz: Kreditbeschränkungen

Die Wirtschaftslage in Großbritannien ist nicht besonders beständig gewesen, und die Regierung hat zu verschiedenen Gelegenheiten antiinflationäre Maßnahmen ergriffen, die man gewöhnlich als Beschränkung von Verbraucherkrediten bezeichnet. Dies wurde erreicht, indem eine gesetzlich bestimmte Mindestsumme zu Beginn einer Transaktion zu zahlen war und die Restsumme innerhalb eines festgesetzten Zeitabschnittes.

Ein zweiter Anlaß für den Zuwachs im Fernsehvermiet-Geschäft war die Tatsache, daß in der ersten Zeit der Kreditbeschränkungen ein Unterschied in der Höhe der Anzahlungsbeträge bestand und daß die Kosten für Mietfernseher ungefähr die Hälfte dessen betrugen, was der Verbraucher ausgeben mußte, um auf irgendeine andere Weise zu einem Fernsehgerät zu kommen.

Hinzu kam, daß die zeitliche Begrenzung für die Zahlung der Restsumme beim Mietfernsehen keine Rolle spielte, wogegen sie einen Nachteil bei der Anschaffung eines Gerätes auf andere Art darstellte. Folglich war die Situation geschaffen, in der Mietfernsehen für den Verbraucher unbedingte Anziehungskraft besaß.

Anreiz für Vermieter: Steuergünstige Investition

Das war jedoch nicht das Ende der Geschichte, denn die Regierung hatte in der Steuergesetzgebung sozusagen eine Hintertür offengelassen: Ein Gerät, das vermietet wurde, konnte als Teil des Inventars behandelt werden. Die Regierung regte kurz nach dem Krieg zur Investierung von Kapital in Produktionsvorhaben an und bot als Ansporn verschiedene Steuervorteile an: Im besten Fall konnten 130 % der Kosten für Neuanschaffungen vom steuerbaren Einkommen abgesetzt werden.

Es ist kaum nötig, zu erwähnen, daß Fernsehvermieter bald erkannten, welche Vorteile dadurch zu gewinnen waren. Dieser Umstand wiederum interessierte Finanzinstitute, und die Folge war, daß die Fernsehvermietung sich konsolidierte und einen beträchtlichen Anteil des gesamten Marktes übernahm.

Große Fernsehvermiet-Unternehmen entwickelten sich, die oft Fabrikanten gehörten und von diesen beeinflußt wurden; Kredite wurden leichter verfügbar, denn nicht nur waren die Gewinne aus der Fernsehvermietung gut; es begannen auch beträchtliche Aktivposten in den Bilanzen zu erscheinen, und – im Gegensatz zu Bewertungen vom „guten Willen" – diese hatten einen Realisierungswert, der leicht kalkuliert werden konnte, falls ein Verkauf notwendig werden sollte.

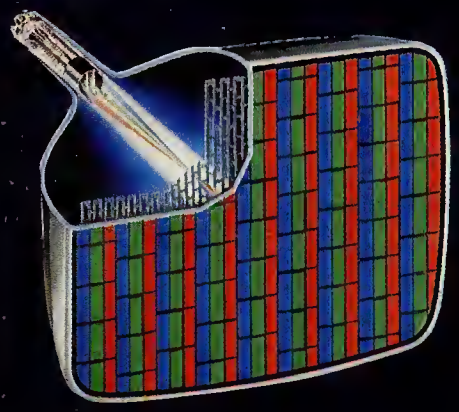
Die Rolle der kleineren Unternehmen

Es dauerte eine gewisse Zeit nach den Anfängen des Fernsehverleihs, bis kleinere Unternehmen einsahen, daß sie

SHARP bringt die klaren Farben.

Pal-System + Linytron Bildröhre

SHARP setzt neue Maßstäbe für die Bildqualität von Farbfernsehgeräten. Durch konsequente Nutzung der Möglichkeiten des PAL-Systems. Und durch die Entwicklung einer neuen Bildröhre: Linytron.



Die technische Konzeption der neuen Bildröhre bringt eine Reihe von Vorteilen. Die drei wesentlichen sind:

- Problemlose Konvergenzeinstellung. Durch die rechteckigen Farbtrippel – im Gegensatz zum Punktraster bei herkömmlichen Farbfernsehern – ist keine vertikale Einstellung erforderlich und für die horizontale Konvergenz wird keine aufwendige Schaltung benötigt, da sie unabhängig vom Erdmagnetfeld ist.
- Größere Helligkeit und Farbbrillanz. Durch die rechteckigen Durchbrüche der Lochmaske erreichen mehr Elektronen die Leuchtschicht. Das Fernsehbild strahlt fast doppelt so hell wie bei einer herkömmlichen Farbbildröhre.
- Kontrastreichere Bilder. Das Fernsehbild hat klare Farben und ist schärfer.

Weitere Vorteile sind die Servicefreundlichkeit, die geringe Leistungsaufnahme und die größere Bildfläche.

Farbfernseher SHARP C-1421 G

Das ist der Farbfernseher für den Wohnstil unserer Zeit: das mobile Wohnen. Er ist bequem tragbar und eine spezielle Schaltung verhindert, daß bei jedem Standortwechsel das Bild neu eingestellt werden muß. Auch beim Wechsel des Programms erfolgt die Feineinstellung automatisch. Und selbstverständlich: Nach dem Einschalten sind Bild und Ton sofort da durch „Sofort-Start-Schaltung". 36-cm-Linytron-Bildröhre.

Farbfernseher SHARP C-1831 G

Das Tischgerät mit 46-cm-Linytron-Bildröhre. 110° Ablenkung. 7 Programm-Vorwahltasten.

Außerdem bietet SHARP ein ganzes Programm tragbarer Schwarzweiß-Fernseher.

SHARP ELECTRONICS (EUROPE) GMBH
2 Hamburg 1, Steindamm 11, Tel. (040) 247555

Wir haben ein neues
Das HiFi –

Sieben gute Gründe für Sie,
das Blaupunkt HiFi-System 6000
in Ihr Programm zu nehmen:

1. Bei einer HiFi-Anlage ist die technische Leistungsfähigkeit das Wichtigste.
Ergebnis: Alle Receiver der Serie Delta 6000 besitzen die gleiche hohe technische Ausstattung.

2. Jeder Kunde soll den Komfort bekommen, den er wünscht.
Ergebnis: Unsere Receiver der Serie Delta 6000 unterscheiden sich im Bedienungskomfort voneinander.

3. Wir weisen jedem Käufer nach, inwieweit sein Gerät die HiFi-Norm DIN 45500 übertrifft.
Ergebnis: Unser Prüf- und Meßzertifikat für jedes Gerät.

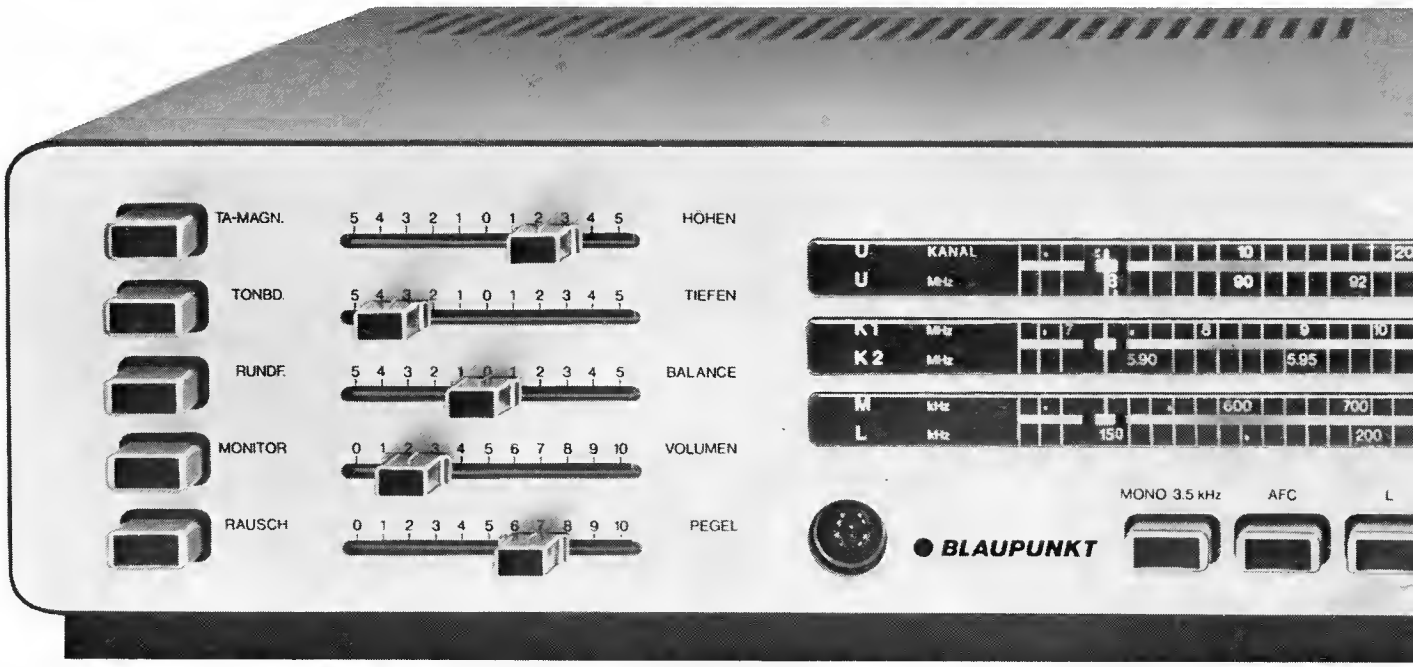


Abbildung:
Delta 6002

Das HiFi-System 6000
umfaßt die Receiver
Delta 6001, 6002, 6003/6003 GD
sowie den Quadrophonie-
Verstärker Delta 6011 V
und den Tuner Delta 6011 T.

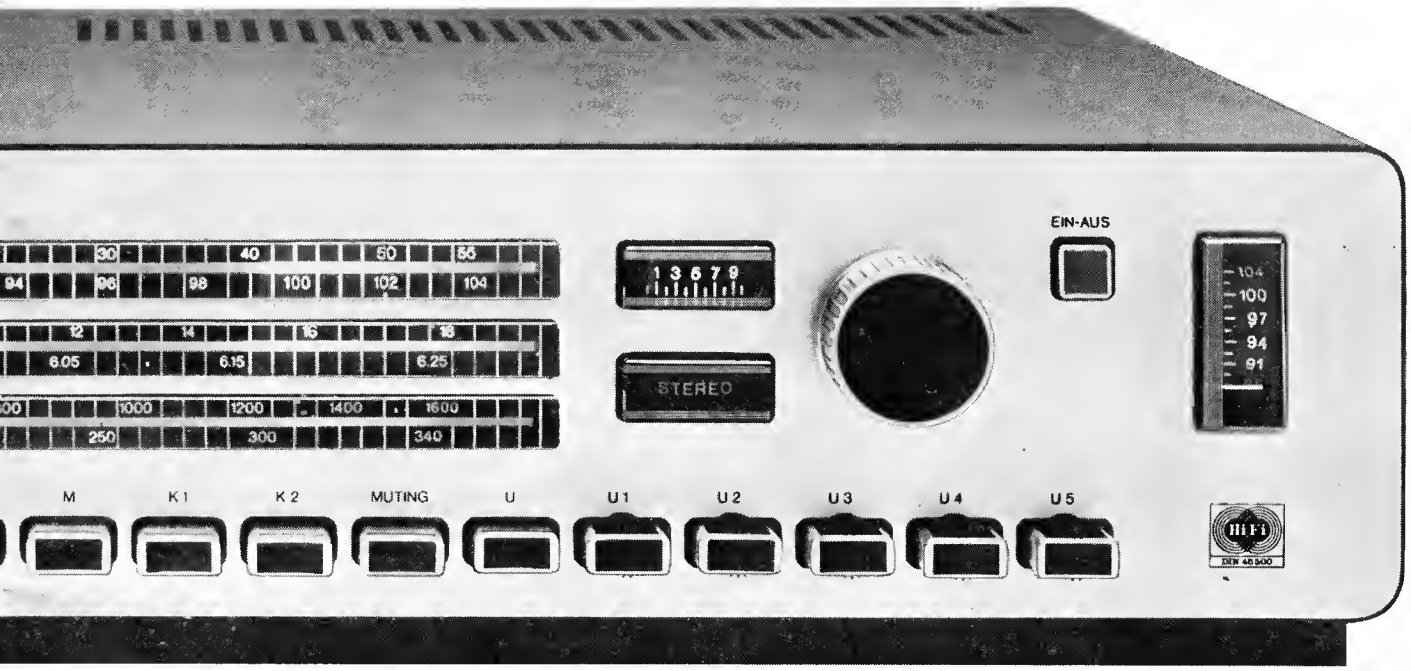
Konzept entwickelt:
System 6000

4. Unsere Quadrophonie-Anlage berücksichtigt die technische Entwicklung der Zukunft.
Ergebnis: Delta 6011 V, Delta 6011 T.

5. Technische Leistungsfähigkeit soll sichtbar werden.
Ergebnis: Das weiterentwickelte Delta-Design.

6. Zu hochwertigen Anlagen gehört die Beratung des qualifizierten Fachhandels.
Ergebnis: Blaupunkt Vertriebsbindung.

7. Damit Sie es etwas leichter haben, gilt es, Ihren Kunden ausführlich zu informieren.
Ergebnis: Die neue HiFi-Broschüre »Blaupunkt HiFi-System 6000«, das Buch »Alles über HiFi« und eine Beratungsaktion im Herbst.



Delta 6011 V
Nennleistung 4x20 Watt (Sinus), 4x30 Watt (Musik).
Der eingebaute SQ-Decader ist steckbar. Wiedergabe jeder Tanquelle in Mana/Sterea/Quadra (Matrix und diskret).
Die varderen und hinteren Kanäle sind in Pegel Balance und Klang getrennt regelbar.
Summenregler für gemeinsame Lautstärkeregelung aller 4 Kanäle.
Getrennte Aussteuerungs-Anzeige für jeden Kanal.

Delta 6011 T
Entspricht dem Tuner-Teil des Delta 6003.

Delta 6001, 6002, 6003/6003 GD

Tuner
UKW-Varstufe mit FET.
5 FM-ZF-Stufen mit Keramik-Filter. Empfindlichkeit ≦ 1,3 µV bei 26 dB.

Verstärker
2x40 Watt (Sinus), 2x60 Watt (Musik).
Klirrfaktar ≦ 0,08%. Eingang phanamagnetisch ≦ 1,6 mV.
Leistungsbandbreite: 15–48.000 Hz.
Übertragungsbereich: 13–35.000 Hz ± 3 dB. Fremdspannungsabstand: ≧ 60 dB

Besonderheiten
Rauschfilter, TB-Monitar, getrennte Pegel- und Lautstärkeregelung, Muting, Quadrasaund, elektranische Schutzschaltung, feldstärkeabhängiges Meß-Instrument, Hähen- und Tiefen-Regler.

BLAUPUNKT
BOSCH *Gruppe*

eine Chance verpaßten: Sie begannen, sich am Fernsehvermiet-Geschäft zu beteiligen. Die Folge dieses späten Anfangs war, daß der Anteil der kleineren Firmen am Fernsehverleih nie über 30% des gesamten Geschäfts betrug; andererseits genossen sie den Vorteil, daß ihre Kunden meist zu den langfristigen Mietern zählten, während diejenigen, die zu Exklusiv-Fernsehverleih-Firmen gingen, einen größeren Anteil kurzfristiger Leihkunden enthielten.

Es besteht kaum ein Zweifel, daß eine der wichtigsten Folgen des Fernsehverleihs besonders für die kleineren Firmen in dem Vorteil bestand, daß während der regelmäßig auftretenden schwierigen Perioden im Geschäftsleben ein regelmäßiger Bargeldfluß gewährleistet war. Aus diesem Grund sind auch viele kleinere Firmen überzeugte Fernsehverleiher geworden.

Wenn man die Mittel betrachtet, mit denen kleinere Betriebe mit den großen Verleihern konkurrieren, so ist es wichtig, daran zu denken, daß sie, wie erwähnt, niemals mehr als 30% des gesamten Geschäfts abschließen konnten, und es ist außerdem wichtig, sich klarzumachen, daß bis vor kurzem wahrscheinlich 50% aller angehenden Kunden direkt zu den großen Spezial-Fernsehverleihern gingen, da sie dachten, dort am besten bedient zu werden, was nicht unbedingt der Fall war.

Dies bedeutet, daß das kleinere Unternehmen nur die Möglichkeit hatte, mit der Hälfte derer Mietverträge abzuschließen, die von dem Verleihdienst Gebrauch machen wollten. Außerdem sind sie natürlich nicht immer erfolgreich, und ein Teil der angehenden Kunden landet doch wieder bei den großen Verleihspezialisten.

Kleinere Unternehmen haben jedoch Vorteile, vorausgesetzt, daß sie den angehenden Kunden erst einmal erreichen. Ihr Pluspunkt liegt im persönlichen Charakter ihres Unternehmens, und die Tatsache, daß der Besitzer für den Kunden verfügbar ist, bedeutet einen klaren Vorzug. Sie sind auch gewöhnlich bereit, eine viel größere Auswahl an Geräten auszuleihen als die großen Verleihe, die dazu neigen, sich auf ein bestimmtes Sortiment von Geräten zu spezialisieren. Sie können auch viel flexibler in der Gestaltung ihrer Verleih-Bedingungen sein, die oft auf die Wünsche der Kunden eingestellt werden können. Ihre Geschäftslokalitäten sind oft viel günstiger gelegen als ihre großen Konkurrenten, die meist in den großen Einkaufszentren anzutreffen sind.

Die kleineren Betriebe zahlen zwar mehr für die Fernsehgeräte, aber ihre Betriebskosten sind geringer als die der großen Unternehmen, so daß die Geschäftsbedingungen nicht wesentlich differieren. Sie sparen außerdem dadurch, daß ihre technischen Wartungsdienste nicht ausschließlich Instandhaltungsdienste für verliehene Fernsehgeräte unterhalten; da sie neben ihrem Fernsehverleih noch viele andere Artikel führen, ist die Belastung mit technischen Reparaturen etwas gleichmäßiger über das Jahr verteilt.

In letzter Zeit ist bei den kleinen Betrieben der leistungsfähige technische Wartungsdienst auffallend im Vergleich zu dem, was die großen Unternehmen zu bieten haben. Dies wurde kürzlich in einem Bericht der Verbraucher-Vereinigung von Großbritannien bestätigt. Schließlich haben die Bankinstitute eingesehen, daß sogar die kleineren Betriebe durchaus interessant sind, und Finanzierung für Zuwachs beim Fernsehverleih-Geschäft innerhalb kleinerer Unternehmen ist augenblicklich viel leichter verfügbar als jemals zuvor.

Die finanzielle Seite

Die Einschaltung der Regierung mit ihrem Programm der Kreditbeschränkungen und der Bewilligung von Kapital für Neuanschaffungen hat wesentlich zum Erfolg des Fernsehverleih-Geschäfts beigetragen. Die Auswirkung der Kapitalbewilligungen ist und war dazu bestimmt, die Steuerpflicht bis zu dem Zeitpunkt zu verschieben, bis die ursprüngliche finanzielle Auslage amortisiert war. Wenn man sich eine Transaktion gesondert ansieht, so ist es höchst unwahrscheinlich, daß sich eine Steuerpflicht vor Ablauf der ersten drei Jahre eines Fernsehleih-Vertrages ergibt.

Die Kreditbeschränkungen, besonders in letzter Zeit, wo sie gleichmäßig auf alle Kaufmethoden angewandt worden sind, haben Kunden davon abgehalten, zu neuen Geräten überzuwechseln. Die Folge war, daß die Lebenserwartung von gemieteten Geräten sehr beträchtlich gewesen ist, wahrscheinlich im Durchschnitt ungefähr 8 Jahre, aber in manchen Fällen sogar 10–12 Jahre.

Die Frage der Lebenserwartung ist sehr wichtig, da man normalerweise die Kostenrechnung für 5 Jahre aufstellt. Nach dieser Zeitspanne sind die Kosten getilgt, und ein geringer Gewinn beginnt sich zu zeigen. Danach wird der Gewinnbetrag, sofern das Gerät weiterhin im Dienst bleibt, viel beträchtlicher sein.

Der unbekannte Faktor für die Zukunft liegt darin, daß es als Folge des Ermittlungsergebnisses einer Untersuchungskommission und anderer Aspekte höchst unwahrscheinlich erscheint, daß Kreditbeschränkungen, wie sie bisher erlassen worden sind, jemals wieder angewandt werden.

Die Fernsehverleih-Kostenrechnung zeigt, daß der Gewinn während der ersten 5 Jahre nur 12½% des erwarteten Verleiheinkommens beträgt, während es nach dieser Periode beinahe 60% sind; das bestätigt die Wichtigkeit der Lebenserwartung. Wenn diese Lebenserwartung durch sich ändernde Verbrauchergewohnheiten nicht über 5 Jahre hinausginge, so wäre der Fernsehverleih nicht profitabel, und die Leihkosten müßten erhöht werden. Jede Erhöhung würde eine Abschreckung für das Leihgeschäft darstellen (im Gegensatz zum direkten Kauf, der in Großbritannien durch das Anwachsen der Discount-Läden mehr Anhänger findet).

Es ist augenscheinlich, daß der Fernsehverleih eine sehr nützliche und finanziell wünschenswerte Sparte des kleinen Unternehmens ist, vorausgesetzt, daß er so weiterexistieren kann wie bisher, aber es bleibt abzuwarten, was die Zukunft bringt. ■

Kostenrechnung für den Verleih von Farbfernsehgeräten in Prozent der Leihgebühren (ohne Mehrwertsteuer)

Kostenart	In den ersten fünf Jahren	nach fünf Jahren
Geräte	45,80	Null
Finanzierung	11,45	Null
Werbung	1,27	1,49
Installation	1,53	1,79
Instandhaltung	20,36	29,80
Verwaltung	1,65	1,94
Betriebsführung	1,27	1,49
Hohe Schulden und Leerlauf	4,17	4,87
Gewinn	12,50	58,62
Leihgebühren	100,00	100,00

rfh-Konjunkturbericht

Der Fachhandel im August

Die in unserem Monatsbericht zusammengestellten Angaben beruhen auf den wichtigsten Ergebnissen des neuesten Ifo-Konjunkturtests für unsere Branche.

Einzelhandel

Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte

Nach den Firmenmeldungen zu schließen, hat sich das Geschäftsklima wieder etwas verschlechtert. Der Anteil der Meldungen über eine gute Geschäftslage ist auf ein Zehntel zurückgegangen, während weiterhin knapp drei Zehntel der Firmen von einer schlechten Geschäftslage sprachen. Daß sich der Persaldo-Anteil der Firmen mit Umsatzminus gegenüber August 1972 nicht vergrößert hat (drei Zehntel), ist wohl in erster Linie darauf zurückzuführen, daß

Bei den neuen PEM-Magnetbändern von Agfa-Gevaert können Sie den Fortschritt hören und sehen.

Hören: Durch die neue, hochverdichtete Magnetschicht exzellente, elektroakustische Eigenschaften. Äußerst rauscharm (Low Noise) – maximal höhenaussteuerbar (High Output). Feinstteiliges Eisenoxid vermindert Kopiereffekt. Minimale Kopfabnutzung.

Sehen: Die schwarze Rückseitenmattierung mit hoher Leitfähigkeit vermindert die elektrostatische Aufladung. Antistatisch. Daher keine Funkenentladungen, Störgeräusche und Signalausfälle (Drop Outs) mehr. Unempfindlich gegen Staub. Bessere Wickeleigenschaften. Kein Ausschießen beim Umspulen. Deshalb keine Bandkanten-Deformationen. Wichtig bei Langzeit-Archivierung.

PEM-Magnetbänder von Agfa-Gevaert – für Amateure mit Profi-Ambitionen

PEM 268	PEM 368
13 cm/320 m	13 cm/270 m
18 cm/640 m	18 cm/540 m
26,5 cm/1.280 m	26,5 cm/1.100 m
(in Buchkassette)	(in Buchkassette)

M 55

im Vorjahr im August ein außergewöhnlich gutes Umsatzergebnis erzielt worden war.
Besonders häufig, nämlich von der Hälfte der Testfirmen, wurde die Geschäftslage für Schwarzweiß- und kaum weniger häufig für Farbfernsehgeräte als schlecht bezeichnet. Sieben Zehntel der Testfirmen schnitten hier mit einem Umsatzminus ab. Im Durchschnitt als befriedigend wurde lediglich die Absatzlage für Schallplatten angesehen.
Die Lagerbestände erwiesen sich im Durchschnitt weitgehend als normal und nur mehr bei einem Zehntel der Firmen überhöht. Die Meldungen über zu große Bestände betrafen sämtliche Sparten.
Die Verkaufspreise blieben weiterhin nahezu durchweg unverändert. Vereinzelt waren Preissenkungstendenzen bei Farbfernsehgeräten und Preissteigerungstendenzen bei Schallplatten zu registrieren.
Die längerfristigen Geschäftsaussichten wurden per saldo etwas weniger häufig als bisher, jedoch immer noch von einem Fünftel der Firmen als positiv beurteilt. Eine insgesamt recht günstige Beurteilung der künftigen Absatzchancen wird vor allem für Phono- und Tonbandgeräte sowie Schallplatten gegeben.

Beleuchtungs- und Elektroartikel

Auch hier fiel das Urteil der Testfirmen über die Geschäftslage wesentlich ungünstiger als bisher aus: Der Anteil der „gut"-Stimmen verringerte sich von einem Drittel auf 4%, der Anteil der „befriedigend"-Stimmen erhöhte sich entsprechend von rd. vier auf rd. sieben Zehntel. Während in allen Vormonaten im Durchschnitt ein Umsatzplus erzielt werden konnte, wurden die entsprechenden Vorjahresumsätze diesmal im Schnitt nicht erreicht. Besonders ungünstig wurde die Absatzsituation für elektrische Großgeräte angesehen.
Die Lagerbestände waren – ähnlich wie bei Rundfunk- und Fernsehgeräten – trotz der Geschäftsabschwächung kaum noch überhöht. Die Meldungen über zu große Bestände betrafen ausschließlich die Sparte elektrische Großgeräte.
Die Verkaufspreise wurden weiterhin von rd. einem Fünftel der Firmen heraufgesetzt, und zwar vor allen Dingen bei elektrischen Kleingeräten.
Die längerfristigen Geschäftsaussichten werden nur mehr vereinzelt zuversichtlich beurteilt. Zwei Drittel der Firmen rechnen mit einem etwa gleichbleibenden Geschäftsverlauf in den nächsten sechs Monaten.

Großhandel

Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte

Ähnlich wie im Vormonat bezeichneten drei Zehntel der Firmen die Geschäftslage als schlecht. Die Umsätze von August 1972 konnten nur von etwa einem Zehntel der Testfirmen übertroffen werden; ein Viertel hatte ähnliche Umsatzergebnisse aufzuweisen wie im Vorjahr, und drei Zehntel schlossen mit einem Minus ab. Überdurchschnittlich häufig war das Minus bei Farbfernsehgeräten (sieben Zehntel der Firmen).
Die Lagerbestände erwiesen sich diesmal bei knapp einem Fünftel der Testfirmen als zu groß. Besonders die Bestände an Farbfernsehgeräten waren überhöht.
Die Verkaufspreise blieben weiterhin stabil. Vereinzelten Meldungen über Preiserhöhungen standen in allen Sparten vereinzelte Meldungen über Preissenkungen gegenüber.
Die längerfristigen Geschäftsaussichten werden nach wie vor im Durchschnitt als weitgehend gleichbleibend angesehen. Verstärkte Absatzimpulse erwartet man lediglich bei Teilen und Zubehör.

Beleuchtungs- und Elektroartikel

Die Testfirmen waren weiterhin überwiegend mit der Geschäftslage zufrieden, knapp ein Zehntel beurteilte sie allerdings als schlecht. Per saldo konnten drei Zehntel der Firmen die entsprechenden Vorjahresumsätze nicht erreichen. Am schwächsten war auch hier der Geschäftsverlauf bei elektrischen Großgeräten.
Die Lagerbestände wurden unverändert von rd. einem Fünftel der Firmen als zu groß angesehen. Am stärksten war der Lagerdruck offensichtlich bei elektrischen Kleingeräten.
Die Verkaufspreise wurden im Berichtsmonat ähnlich häufig wie im Juli, nämlich von 44% der Testfirmen, erhöht. Die Preiserhöhungen erfolgten vor allem bei elektrischen Geräten, nicht so häufig dagegen bei Beleuchtungskörpern.
Die längerfristigen Geschäftsaussichten werden z. T. sehr unterschiedlich beurteilt. Im Durchschnitt rechnet man weitgehend mit einem gleichbleibenden Absatzverlauf, wenngleich die negativen Stimmen (ungünstigere Geschäftslage als bisher) zugenommen haben. ■

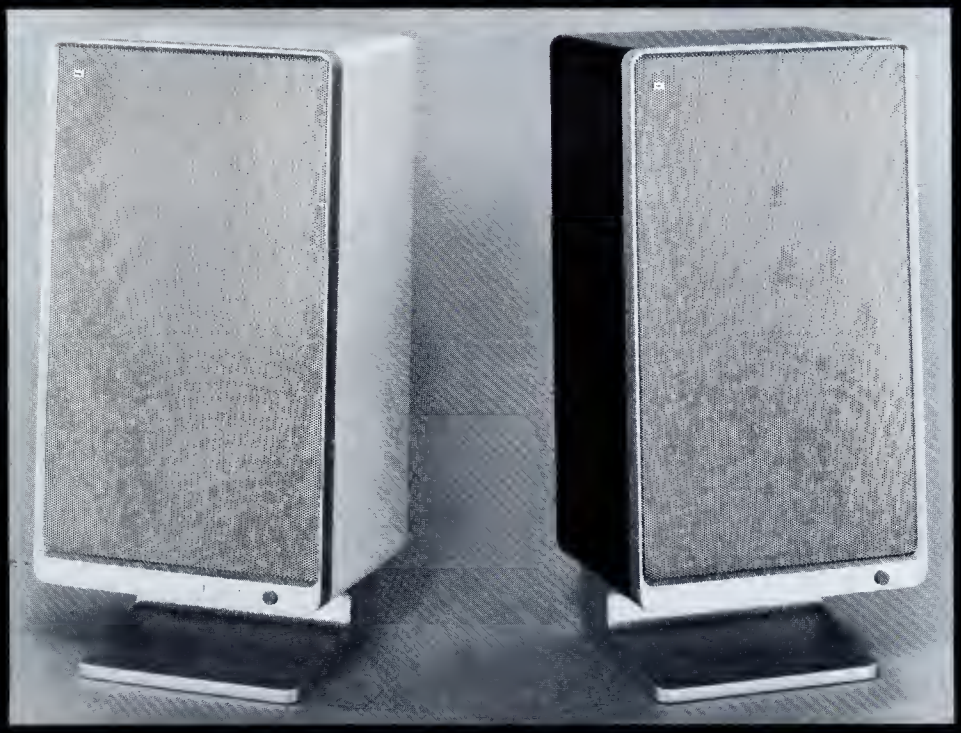
Produktionsübersicht
Monat Juli

Gebiet: Bundesrepublik einschließlich West-Berlin
Quelle: Fachverband Rundfunk und Fernsehen im ZVEI

Geräteart	Produktionswert in Mio. DM 1973	1972	Unterschied (%)	Produzierte Stückzahl in tausend Stück 1973	1972	Unterschied (%)	Produktionswert je Stück in DM 1973	1972	Unterschied (%)
Fernsehempfänger									
Farbgeräte	189	144	+ 31	137	105	+ 30	1379,–	1368,–	+ 1
SW-Geräte	40	41	— 2	110	104	+ 6	368,–	390,–	— 6
Rundfunkempfänger									
Koffer-, Kfz- und Taschenempfänger	61	40	+ 52	353	258	+ 37	172,–	157,–	+ 10
Tischempfänger, nicht kombiniert	30	28	+ 7	98	93	+ 5	304,–	304,–	± 0
Kombinierte Empfänger	14	11	+ 27	29	30	— 3	466,–	380,–	+ 23
Summe der Produktionswerte	334	264	+ 26	Die Produktionswerte wurden auf volle Mio. DM, die produzierten Stückzahlen auf volle Tausend, die Unterschiede auf ganze Prozentzahlen gerundet. Die berechneten Zahlen wurden mit Rechenschiebergenauigkeit ermittelt.					

Neu

Heco Studio Linie



Heco Hifi Lautsprecherbox P 7302 SLV Studio-Linie mit integriertem Spezialverstärker, automatischer Ein- und Ausschaltung und elektronisch aktivem Dreiwegsystem.
Kompatibel für alle auf dem Hifi-Markt erhältlichen Anlagen und Bausteine. Naturgetreue akustische Wiedergabe. Gehäuseausführung: graphitschwarz (RAL 9011) oder weiß (RAL 9002).
Heco Hifi-Programm 73/74: Eine neue Generation in Technik und Design.
Entwickelt, hergestellt und garantiert
von Heco Hennel + Co GmbH, 6384 Schmitten/Ts.,
Königsteiner Str. 18.
Ausführliche Informationen über das neue Heco Hifi Programm 73/74 erhalten Sie bei Ihrem Fachhändler oder direkt von Heco.

heco

P 1302 SL

P 2302 SL

P 3302 SL

P 4302 SL

P 5302 SL

Heco Hifi Lautsprecherboxen der P-SL-Serie: Ein neues Hifi-Programm hoher Belastbarkeit mit passiv abgestimmten Dreiweg-Systemen. Jede Lautsprecherbox ist mit einem Tieftonlautsprecher und zwei Kalottenlautsprechern ausgestattet. Gehäuseausführung: graphitschwarz (RAL 9011) oder weiß (RAL 9002).

Heco 320

Betriebsvergleich des Fachgroßhandels für 1971

Das Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln führt neben den Einzelhandelsbetriebsvergleichen seit vielen Jahren auch Betriebsvergleiche für insgesamt 30 Großhandelszweige, darunter den Rundfunk- und Fernsehgroßhandel sowie den Elektrogroßhandel, durch, deren Ergebnisse bisher allerdings nur den Verbänden und den Testteilnehmern zugänglich waren. Vor kurzem wurden nun erstmals Teilergebnisse für das Jahr 1971 veröffentlicht, die einen guten Einblick insbesondere in die Kostensituation des Großhandels verschaffen.

Die Zahl der am Betriebsvergleich des Kölner Instituts teilnehmenden Firmen (42 Rundfunk- und Fernsehgroßhändler sowie 121 Elektro-Großhändler) kann als ausreichend angesehen werden, um gesicherte Ergebnisse zu erhalten. Allerdings liegt die durchschnittliche Betriebsgröße wesentlich über dem Bundesdurchschnitt, so daß die Betriebsvergleichszahlen weitgehend nur die Situation der größeren und großen Unternehmen widerspiegeln.

Im Jahre 1971 machten die Gesamtkosten 12,1 % (Rundfunk- und Fernsehgroßhandel) bzw. 14,4 % (Elektrogroßhandel) vom Umsatz aus. Die Aufgliederung nach Kostenarten zeigt die Dominanz der Personalkosten, die – wenn man den Unternehmerlohn und die Provisionen dazurechnet – in beiden Fachzweigen rd. 58 % der Gesamtkosten ausmachen. Damit gehören diese beiden Fachzweige mit zu den personalintensiven Großhandelssparten.

Die Tatsache, daß der Elektrogroßhandel eine höhere Gesamtkostenbelastung des Umsatzes hat als der Rundfunk- und Fernsehgroßhandel, ist wohl hauptsächlich mit der unterschiedlichen Betriebsgröße zu erklären: Je größer ein Unternehmen, desto rationeller lassen sich in der Regel die gestellten Vertriebsaufgaben erfüllen. Die Unterschiede in der Kostenspanne mögen ferner daher rühren, daß der Rundfunk- und Fernsehgroßhandel in den zurückliegenden Jahren einem schärferen Wettbewerb ausgesetzt war und als Folge davon in stärkerem Maße rationalisiert hat als der Elektrogroßhandel. Diese These läßt sich durch folgende Tatbestände untermauern:

- Die Personalleistung des Rundfunk- und Fernseheinzelhandels liegt mit an der Spitze aller Großhandelsfachzweige, während die Personalleistung des Elektrogroßhandels knapp unter dem ermittelten Durchschnittswert liegt.
- Der Anteil der Eigen- und Fremdkapitalzinsen zusammen am Umsatz ist im Rundfunk- und Fernsehgroßhandel wesentlich geringer als im Elektrogroßhandel, was auf eine relativ geringere Gesamtkapitalbindung schließen läßt. Das im Lagerbestand investierte Kapital schlägt sich im Rundfunk- und Fernsehgroßhandel allerdings langsamer um als im Elektrogroßhandel, was wohl in erster Linie produktspezifische Ursachen haben dürfte.

Über die Kostenentwicklung läßt sich nur so viel sagen, daß der Kostenanstieg von 1970 auf 1971 in beiden Fachzweigen stärker war als der Umsatzan-

1. Zahl der erfaßten Betriebe, durchschnittliche Betriebsgröße und Leistungskennziffern im Jahre 1971

Merkmal	Rundfunk- und Fernsehgroßhandel	Elektrogroßhandel
Zahl der erfaßten Betriebe	42	121
Absatz je Betrieb in Mio. DM	20,4	12,8
Beschäftigte je Betrieb	66	57
Absatz je beschäftigte Person in DM	310 200	224 800
Lagerumschlagshäufigkeit (. . . mal)	6,9	8,3

2. Aufgliederung der Gesamtkosten im Jahre 1971 nach Kostenarten

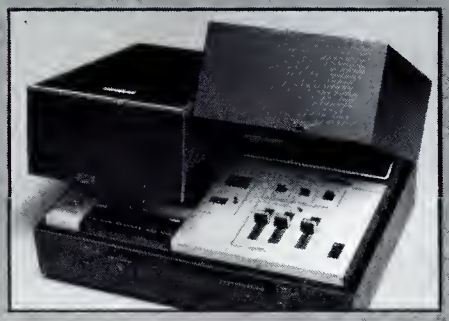
Kostenart	Rundfunk- und Fernsehgroßhandel		Elektrogroßhandel	
	in % vom Umsatz	in % der Gesamtkosten	in % vom Umsatz	in % der Gesamtkosten
Personalkosten ohne Unternehmerlohn und Provisionen	6,2	51,3	7,4	51,4
Unternehmerlohn	0,5	4,1	0,6	4,1
Provisionen	0,3	2,5	0,4	2,8
Raumkosten	0,8	6,6	1,1	7,6
Werbe- und Reisekosten	0,4	3,3	0,5	3,5
Transport- und Verpackungskosten	0,2	1,7	0,2	1,4
Kosten des Fuhr- und Wagenparks	0,5	4,1	0,5	3,5
Zinsaufwendungen für Fremdkapital	0,5	4,1	0,7	4,8
Zinsen für Eigenkapital	0,5	4,1	0,7	4,9
Abschreibungen	0,7	5,8	0,5	3,5
Alle Verwaltungs- und sonstige Kosten	1,5	12,4	1,8	12,5
Gesamtkosten	12,1	100	14,4	100

3. Außenstände und Verbindlichkeiten am Jahresende sowie Skonti und Boni im Jahre 1971 in Prozent des Umsatzes

Merkmal	Rundfunk- und Fernsehgroßhandel	Elektrogroßhandel
Außenstände gesamt	19,7	18,1
davon:		
Kontokorrentaußenstände	19,2	17,9
Besitzwechsel	0,5	0,2
Verbindlichkeiten gesamt	19,9	15,4
davon:		
Kontokorrentverbindlichkeiten	14,0	11,3
Schuldwechsel	5,9	4,1
Kundenskonti und -boni	2,0	1,7
Lieferantenskonti und -boni	4,0	2,6

Quelle: Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Nr. 7/1973.

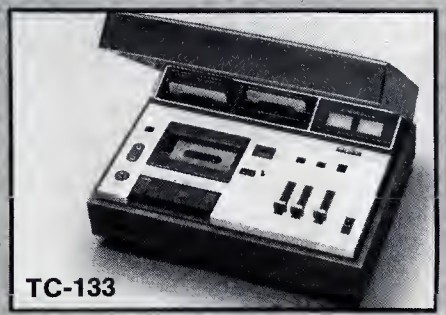
Das Stereo-Mobil. SONY TC-133 CS.



Ein Stereo-Verstärker mit 15 Watt ist sicher nichts Außergewöhnliches, ein Stereo-Cassetten-Recorder mit einem Frequenzgang von 30 – 15000 Hz wohl auch nicht. Aber wenn man das ganze mit 2 Mikrofonen und 2 Boxen zu einer kompakten Einheit kombiniert, die 8 kg schwer ist und außerdem einen Tragegriff hat, dann bedarf es nur noch einer Steckdose, um auch die müdeste Party mobil zu machen – gleichgültig wo sie stattfindet.

Der SONY TC-133 CS ist wiederum ein Beispiel dafür, wie SONY Marktlücken entdeckt und schließt. Aber es wäre nicht SONY-typisch, wenn man eine solche Anlage nicht auch als stationäre Einheit kaufen könnte, d. h. ohne Boxen, Mikrofone und ohne Tragegriff. Sie heißt dann TC-133 und ist der ideale Grundbaustein für eine Stereo-Anlage.

Wir haben die Mobilität des TC-133 CS natürlich nicht soweit getrieben, daß den Interessenten der Weg zu Ihnen erspart bleibt.



SONY®

Wegbereiter für die audio-visuelle Zukunft.

SONY GmbH, 5 Köln 30, Mathias-Brüggen-Str. 70/72

Der Klang d

Mit GRUNDIG in den

Ein Markt mit Chancen

Wer im Lautsprecher-Geschäft Chancen sieht, muß bestimmt kein Hellseher sein. Die Zuwachsraten im HiFi-Markt zeigen eine starke Tendenz nach oben. HiFi-Stereo hat sich längst den großen Markt geöffnet. Für Tuner, Verstärker und Lautsprecher.

Der qualifizierte Fachhändler kann daran nicht vorbeigehen (oder das Geschäft an sich vorbeilaufen lassen). Dies um so mehr, als mit der Einführung der Quadrofonie in vielen Fällen gleich oder später vier statt bisher zwei Lautsprecher gebraucht werden.

Ein Markt der Initiative

Lautsprecher- und erst recht HiFi-Lautsprecher – kann man nicht wie Reisesuper verkaufen. Der Kunde braucht Information, Rat und Demonstration. Er muß Gelegenheit zum Hören haben. Am besten in einem Studio. Der qualifizierte Fachhändler ist es seinem Rang schuldig, ein Studio zu haben. Auch das ist ein wesentliches und qualitatives Merkmal zur Unterscheidung von anderen Handelsformen. Grundig bietet auch dafür als Partner seinen Rat an.

Grundig ist der große Partner

Mag sein, daß wir unser „Lautsprecher-Licht" bisher etwas unter den Scheffel gestellt haben. Jetzt soll es um so heller strahlen. Und unser Angebot an den Fachhändler lautet so:

Ein Programm von internationalem Maßstab

Unser technisches Konzept ist fortschrittlich und vielseitig. Das Programm enthält viele Variationen von Abstrahl-Techniken und universelle Möglichkeiten der Placierung. Die Qualität hat viele Feuerproben internationaler Tests glänzend bestanden.

er Wahrheit

Markt von morgen

Eine massive Werbeunterstützung

Unsere Werbekampagne für Grundig HiFi-Lautsprecher setzt einen ganz neuen Maßstab. Zweiseitige Publikums-Anzeigen, unterstützt von Co-op-Inseraten sowie ein ausführlicher Spezialprospekt werden Grundig HiFi-Lautsprecher bei einem großen Käuferkreis bekannt und begehrt machen. Wundern Sie sich also nicht, wenn Ihre Kunden auf Grundig bestehen.

Eine fachhandelsorientierte Vertriebspolitik

Sie wiegt im Markt der HiFi-Lautsprecher besonders schwer. Denn da ist ja so einiges los... Dabei ist unser Ziel, den Fachhandel noch mehr in diese Marktlücke zu führen.

Unser gemeinsames Bestreben sollte sein, durch Informationen und vernünftige Preisgestaltung die Marktchance zu nutzen. Auch der Preis ist Bestandteil dessen, was wir mit dem „Klang der Wahrheit" meinen.

GRUNDIG

GRUNDIG HiFi-Lautsprecher

Der Klang der Wahrheit

GRUNDIG AG
8510 Fürth/Bay.
Kurgartenstraße 37

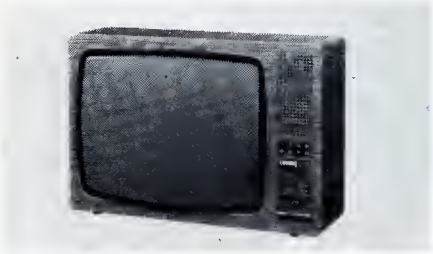
Produkt-Neuheiten

Heim-Farbfernseh-Empfänger mit großen und mittleren Bildschirmen

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

Marke: Blaupunkt
Modellname: Valencia Color
Lieferbeginn: Mitte November 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 2800 und 3100 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 67 cm/110° (Dünnhals)
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: Hartschaum; Vorderteil schwarz, Rückteil dunkelgrau oder Vorderteil altweiß, Rückteil hellgrau
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Imperial
Modellname: CT 3026
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 2480 und 2530 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: hell matt oder perlweiß
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: direkte Programmwahl ohne Umweg über andere Programme



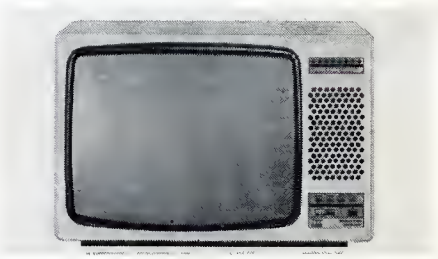
Marke: Blaupunkt
Modellname: Cardona
Lieferbeginn: Vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 2200 bis 2400 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: Nußbaum-Dekor oder perlweiß

Marke: Graetz
Modellname: Kornett color electronic 2447
Lieferbeginn: Juli 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 2200 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: Nußbaum, hell matt oder weiß lackiert

Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: Weltspiegel color electronic 1448
Lieferbeginn: Juli 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 2200 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: Nußbaum, hell matt; Teak, matt; weiß lackiert; Rio-Palisander, matt

Marke: Blaupunkt
Modellname: Corona U
Lieferbeginn: Vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa 2300 bis 2400 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 67 cm/110° (Dünnhals)
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: Holz, perlweiß, Front nextel-anthrazit

Marke: Graetz
Modellname: Burggraf color ultrasensor 2449
Lieferbeginn: Juni 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 2500 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: weiß lackiert oder Esche gebeizt (grün, rot, beige, braun)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Ultraschall-Fernbedienung mit Sensoren



Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: Studio ultracolor 2700
Lieferbeginn: Juni 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 2500 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: rot/weiß oder lachs-weiß oder grün-weiß oder schwarz-silber
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Kopfhörer/Lautsprecheranschluß und Tonbandbuchse

Sonab Tuner/Verstärker R4000-2

Technik kann auch schön sein.

Man spricht von Ausgangsleistung 2×50 Watt Sinus, Klirrfaktor unter 0,05%, Eingangsempfindlichkeit 0,8 μ V, Tuning Meter, elektronische Skalasteuerung, Direktwahltasten, AFC, usw. Dies alles hat unser R 4000–2. Ja, Technik ist nüchtern und funktionell.

Spitzendaten und Qualität werden verlangt. Dann sorgen bekannte Designer dafür, dass unsere Elektronik auch schön «verpackt» wird. Mit dem R 4000–2 beweist Sonab einmal mehr, dass Technik auch schön sein kann. Das Gehäuse ist schlicht und elegant, die Bedienungselemente sind ergonomisch und sachlich angeordnet: und deshalb problemlos in der Bedienung. Und doch hat der R 4000–2 von Sonab etwas persönliches und markantes, er ist in seinem Styling weit voraus und bleibt noch über viele Jahre hinaus modern.

Gewiss interessieren auch Sie sich für modernes Styling und höhere Technik, dann verlangen sie den Sonab-Audio-Sammelprospekt.

Der Receiver Sonab R4000–2 interessiert mich. Bitte senden Sie mir unverbindlich weitere Unterlagen

Name: _____

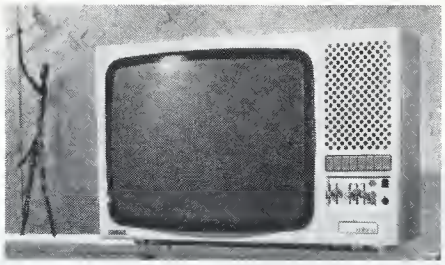
Adresse: _____

_____

Sonab

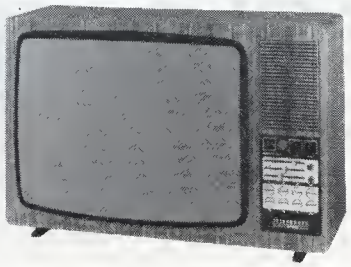
Sonab GmbH, 4005 Meerbusch 1,
Gustav-van-Beek-Allee 38.
Telefon 02159/7091

Marke: Metz
Modellname: Studio-Color SU
Lieferbeginn: Oktober/November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 2700 DM
Bilddiagonale: 66 cm
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: weiß seidenmatt oder Nußbaum oder Palisander
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Formgestaltung (Regiepult mit zwei Lautsprechern und Kopfhörer-Buchsen)

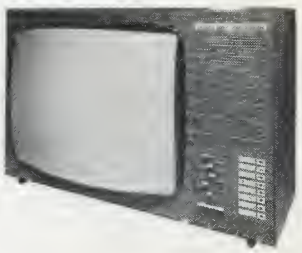


Marke: Metz
Modellname: Mallorca-Color SU
Lieferbeginn: Anfang 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 2500 DM
Bilddiagonale: 66 cm
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: altweiß oder graphitgraue Front mit granadarotem Gehäuse oder metallic mit graphitgrau
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design; Kopfhöreranschluß

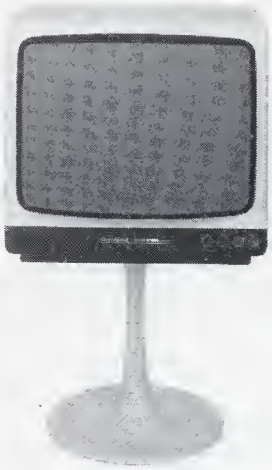
Marke: Rank Arena
Modellname: F 26 B 114 „Oxford"
Lieferbeginn: Januar 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise knapp unter 2000 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Nußbaum natur, Palisander, Teak, weiß Schleiflack
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 2 Jahre Garantie



Marke: Telefunken
Modellname: Palcolor 783 supersonic
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa knapp unter 2500 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: Edelholz oder weiß

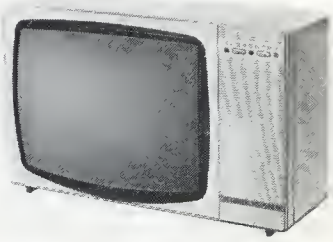


Marke: Saba
Modellname: Schauinsland T 6716 color telecomputer
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 2198 DM (geb.)
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 67 cm/110°
Fernbedienung: Kabel



Marke: Telefunken
Modellname: Palcolor 793 supersonic
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: Etwa knapp unter 2700 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: perlweiß mit Schwarz
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Kopfhörer-Buchse

Marke: Thorn-Ferguson
Modellname: 3 C 07
Lieferbeginn: Januar 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 2300 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 67 cm/110°
Fernbedienung: Ultraschall
Gehäuse: weiß



Marke: Saba
Modellname: Ultra CSL 6745 color telecommander
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 2448 DM (geb.)
Bilddiagonale: 67 cm
Fernbedienung: Ultraschall

„Mein Geheimtip
von der Funkausstellung“

studio 1440 color

studio ultracolor 2700

Die Zuverlässigen

Diese zwei neuen Farbfernsehgeräte von ITT Schaub-Lorenz zeichnen sich durch zwei besondere Vorteile aus:
Sie bieten Neues, wo es wirklich etwas zu verbessern gab. Und Bewährtes, wo Änderungen nichts Besseres ergeben hätten.
Das ist die gesunde Kombination aus neu und bewährt, auf der „Die Zuverlässigen“ basieren.

studio 1440 color

Neu: 51-cm-Rechteck-Farbbildröhre mit 110°-Ablenkung.
8-fach-TV-Sensor-Elektronik. Walzeneinsteller.

Bewährt: Volltransistorisiertes Chassis. Konvergenzeinstellung von vorn, ohne Abnahme der Rückwand.
„Ideal-Color“-Taste.

studio ultracolor 2700

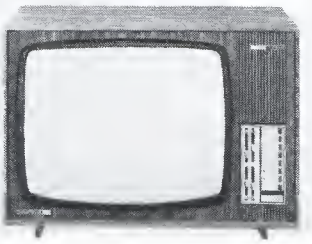
Neu: Ultraschall-Fernbedienung mit Sensor-Elektronik.
Anschlußbuchse für Tonbandaufnahme.
Schaltbuchsen für Ohrhörer und Außenlautsprecher.

Bewährt: Volltransistor-Chassis mit 110°-Ablenkung.
TV-Sensor-Elektronik (jetzt für 8 Programme).
Elektronische Sicherung.

ITT
SCHAUB-LORENZ

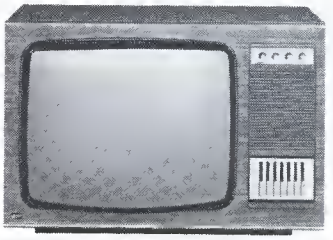
Technik der Welt

Marke: Wega
Modellname: Color 3016
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 2200 und 2300 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 66 cm/110°
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Nußbaum, weiß
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

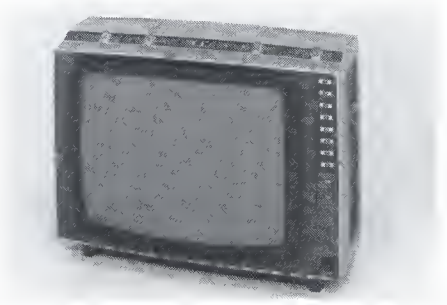


Marke: Nordmende
Modellname: Color colonel
Lieferbeginn: Oktober/November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1600 DM
Bilddiagonale: 51 cm (In-Line-Röhre)
Fernbedienung: nachrüstbar
Gehäuse: nußbaumfarben
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Netz-Schlüsseltaste

Marke: Sharp
Modellname: C–1831 G
Lieferbeginn: November/Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1450 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 46 cm/110°
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Holz, Nußbaum

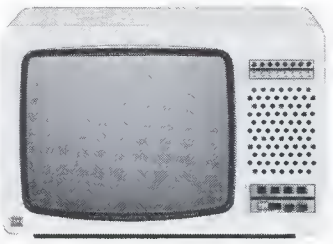


Marke: Graetz
Modellname: Fähnrich color electronic 2441
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1400 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 56 cm/90°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: Nußbaum hell matt oder Schleiflack, altweiß

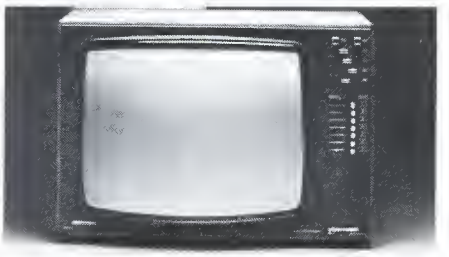


Marke: Philips
Modellname: Typ 18 C 435
Lieferbeginn: Herbst 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 46 cm/110°
Gehäuse: Kunststoff in Metallic-Farbton mit dunkler Frontpartie
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Gerät liegt zwischen Portable und Heimgerät

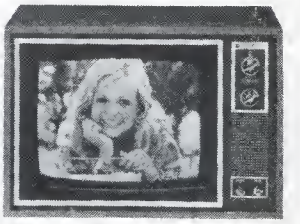
Marke: Telefunken
Modellname: Palcolor 623
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa knapp unter 1700 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 51 cm/110°
Gehäuse: hell matt oder weiß



Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: Studio 1440 color
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1700 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 51 cm/110°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: weiß lackiert oder schwarz-silber



Marke: Rank Arena
Modellname: F 20 B 116 „Trafalgar"
Lieferbeginn: Ende 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 1400 und 1500 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 52 cm/110° (In-Line-Röhre)
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Nußbam natur, Palisander, Teak, weiß
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 2 Jahre Garantie



Marke: Toshiba
Modellname: C 81
Lieferbeginn: April 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1500 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 46 cm/90°
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Nußbaum natur

ST-215 FL

Cassetten-Recorder mit LW/MW/UKW Radio

- Hohe Ausgangsleistung (1,5 W)
- Tonhöhenschwankungen < 0,3 %
- Frequenzbereich 60 – 10 000 Hz

ST-235

Cassetten-Recorder mit AM/FM Radio

- Ausgangsleistung (1,5 W)
- Tonhöhenschwankungen < 0,3 %
- Frequenzbereich 100 – 9 000 Hz

ST-220

Cassetten-Recorder für Aufnahme und Wiedergabe

- Ausgangsleistung (1,0 W)
- Tonhöhenschwankungen < 0,3 %
- Frequenzbereich 100 – 9 000 Hz

Alle Geräte sind mit einem hochempfindlichen eingebauten Kondenser-Mikrophon ausgestattet. Die Modelle ST-235 und ST-215 FL haben zusätzlich ein automatisches Stopsystem.

Die durch Sankyo's Technik entwickelten Motoren und Magnetköpfe sind wegen der herausragenden Qualität und Genauigkeit hochgeschätzt. Lassen Sie sich durch Sankyo's Qualität und elegantem Design überzeugen.

Wollen Sie mehr wissen? Dann verwenden Sie bitte nebenstehenden Coupon. Sie erhalten umgehend ausführliches Informationsmaterial.

Qualität + Design = Sankyo

Sankyo (Europe) Export & Import GMBH
4 Düsseldorf 1, Kölner Straße 65a,
Telefon 35 02 81-5, Fernschreiber 8 587 097

Informations-Coupon

Firma:

Anschrift:

Für unser Verkaufsprogramm
suchen wir weitere leistungsfähige Großhandelspartner.

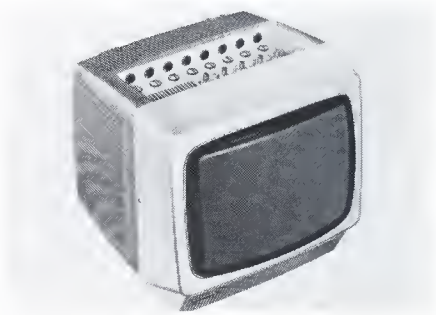
Produkt-Neuheiten

Farbfernseh-Empfänger mit kleinem Bildschirm

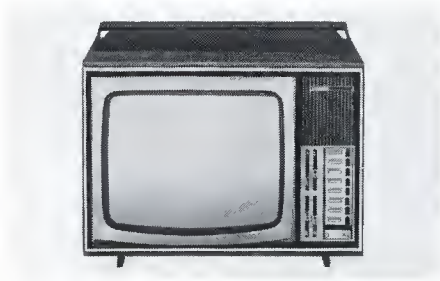
Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

Marke: Loewe Opta
Modellname: CP 41
Lieferbeginn: Mai 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Bilddiagonale: 41 cm (In-Line-Röhre)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 6 Programm-Sensoren

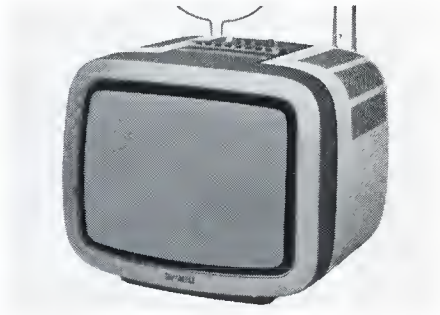
Marke: Sharp
Modellname: C-1421 G
Lieferbeginn: Mai 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1250 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 36 cm/90°
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Kunststoff, holzgemasert



Marke: Blaupunkt
Modellname: Scout Color
Lieferbeginn: Mitte November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 1300 und 1450 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 36 cm/90°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: Novodur; Front schwarz, Rückteil anthrazit oder Front altweiß, Rückteil grau
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren (Tiptronic)



Marke: Nordmende
Modellname: Color transvisa
Lieferbeginn: September/Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1300 DM
Bilddiagonale: 36 cm (Schlitzmasken-Röhre)
Fernbedienung: nein
Gehäuseausführung: nußbaumfarben
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren



Marke: Telefunken
Modellname: Palcolor 614
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1370 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 36 cm/90°
Fernbedienung: Kabel
Gehäuse: weiß mit Silber-Metallic-Front
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren

Marke: Grundig
Modellname: Super Color 1510
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: 1298 DM (unverb. Richtpreis)
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 37 cm/90° (Schlitzmasken-Röhre)
Fernbedienung: nein
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 7 Programm-Sensoren; Preis

Marke: Saba
Modellname: pro CP 41 color telecomputer
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: 1398 DM (geb.)
Bilddiagonale: 36 cm
Fernbedienung: anschließbar (Kabel)
Gehäuse: silbermetallic hell/dunkel
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren

Marke: Teleton
Modellname: C 14
Lieferbeginn: Januar 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 1200 DM
Bilddiagonale: 36 cm
Fernbedienung: nein
Gehäuse: Kunststoff weiß mit schwarzer Front

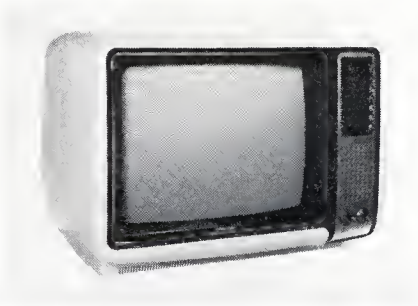
Imperial FP 132

Der Zweck seines guten Designs: Damit Sie beim Verkauf ein paar Minuten weniger reden müssen.

Äußere Kennzeichen:
Zukunftsicheres Softline-Design in den Farben perlweiß und orange.
Bedienungselemente portablegerecht auf der Oberseite zusammengefaßt. Griffmulde und zwei kräftige Teleskopantennen.

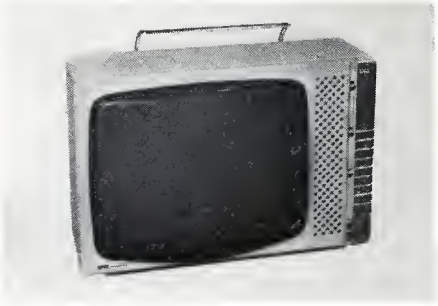
Innere Qualitäten:
31-cm-Bildröhre in 110°-Technik. Volltransistorisiert. Netz- und Batteriebetrieb. Elektronik-Tuner für höchste Wiederkehrgenauigkeit. 6fach Programmwähl-Automatik.
Gewicht: ca. 7 kg.

IMPERIAL
Design Aktuell



Marke: Toshiba
Modellname: G 400
Lieferbeginn: Febr./März 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 1200 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 36 cm/90° (In-Line-Röhre)
Fernbedienung: nein
Gehäuse: weiß

Marke: Blaupunkt
Modellname: Bermuda
Lieferbeginn: Vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 550 und 600 DM
Bilddiagonale: 44 cm
Stromquelle: Netz
Gewicht: 12 kg



Marke: Loewe Opta
Modellname: P 51 sensotronic
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 640 und 680 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 51 cm/110°
Stromquelle: Netz
Gehäuse: Holz, perlweiß
Gewicht: 17 kg
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren

Produkt-Neuheiten

Schwarz-Weiß-Portables und Movables

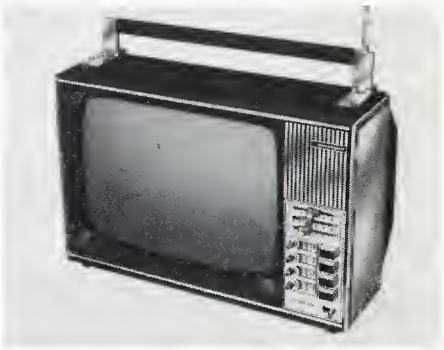
Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

Marke: Imperial
Modellname: FP 125
Lieferbeginn: August/September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 430 DM
Bilddiagonale: 23 cm
Stromquelle: Netz oder 12-Volt-Autobatterie
Gewicht: 4 kg

Marke: Metz
Modellname: Florida
Lieferbeginn: Juni 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 590 und 620 DM
Bilddiagonale: 44 cm
Stromquelle: Netz

Marke: Blaupunkt
Modellname: Orbis
Lieferbeginn: Vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa 570 bis 630 DM
Bilddiagonale: 44 cm
Stromquelle: Netz
Gewicht: 12 kg

Marke: Loewe Opta
Modellname: P 44 sensotronic
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 640 und 680 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 44 cm/110°
Stromquelle: Netz
Gehäuse: Holz, perlweiß oder saharagelb (bernstein)
Gewicht: 13,5 kg
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren



Marke: Nordmende
Modellname: monopol
Lieferbeginn: Mitte 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 500 DM
Bilddiagonale: 31 cm
Stromquelle: Netz oder 12-V-Autobatterie
Gewicht: 27,5 kg

Imperial CT 202

Imperial HiFi 3000

Imperial FP 125

Imperial CR 3000

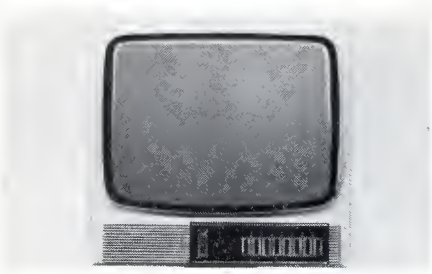
Hat die Technik ihre beste Form gefunden, findet sie auch ihre Käufer.

Die Technik hat es manchmal ziemlich schwer, Liebhaber zu finden. Denn Unterhaltungselektronik wird oft nur mit dem Auge gekauft.
Jetzt stellt Imperial einen neuen Typ von Geräten vor: Design Aktuell. Eine Form, die kompromißlos dem Fortschritt der Technik folgt.

Und auf den ersten Blick die Qualität im Inneren sichtbar macht. Daß dieses Design nicht nur bei der Fachwelt*, sondern auch beim Publikum Anklang findet, das macht es zu einem der schönsten Komplimente, das die Technik jemals bekommen hat.

* Imperial-Geräte (Design Aktuell) wurden ausgezeichnet im Designcenter Stuttgart.

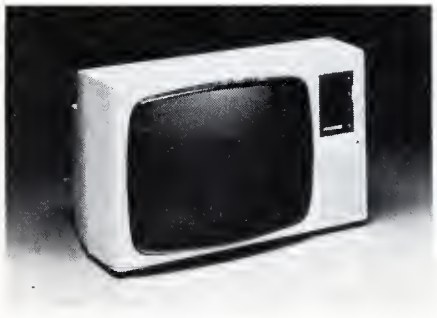
IMPERIAL
Design Aktuell



Marke: Nordmende
Modellname: Triabolo 1700
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 700 DM
Bilddiagonale: 43 cm
Stromquelle: Netz oder über 12-V-Anschluß
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 Programm-Sensoren

Marke: Saba
Modellname: pro FP 32 telecomputer
Lieferbeginn: November/Dezember 1973
Endverkaufspreis: 648 DM (geb.)
Bilddiagonale: 44 cm
Stromquelle: Netz
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: elektronische Kanalfortschaltung (automatisch bei Knopfdruck)

Marke: Telefunken
Modellname: porti 1200 LS electronic
Lieferbeginn: Juni 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 550 DM
Bilddiagonale/Ablenkwinkel: 31 cm/110°
Stromquelle: Netz oder 12-V-Autobatterie oder zwei einlegbare Akkus
Gewicht: 8 kg



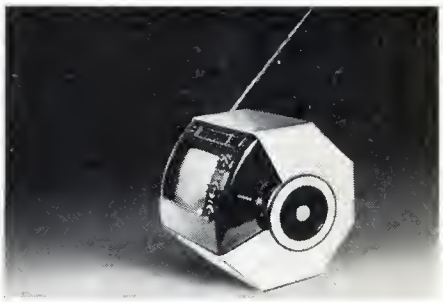
Marke: Rank Arena
Modellname: 12 B 262 „Piccadilly"
Lieferbeginn: März 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 450 DM
Bilddiagonale: 31 cm
Stromquelle: Netz oder Batterie (2x6 V) oder 12-V-Bordnetz
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 2 Jahre Garantie

Marke: Sharp
Modellname: 12 P-24 G
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 450 DM
Bilddiagonale: 31 cm
Stromquelle: Netz oder Batterie
Gewicht: 8,1 kg

Marke: Thorn-Ferguson
Modellname: 3501
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 450 DM
Bilddiagonale: 31 cm
Stromquelle: Netz oder 12-V-Batterie
Gewicht: 8,5 kg

Marke: Rank Arena
Modellname: AM 0352 G „Carnaby"
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 450 DM
Bilddiagonale: 30 cm
Stromquelle: Netz oder 12-V-Batterie
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 2 Jahre Garantie

Marke: Sharp
Modellname: 14 P-25 G
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 550 DM
Bilddiagonale: 36 cm
Stromquelle: Netz oder 12-V-Batterie
Gewicht: 9,5 kg



Marke: Toshiba
Modellname: 5 SE
Lieferbeginn: Juli 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 550 DM
Bilddiagonale: 13 cm
Stromquelle: Netz oder 12-V-Batterie oder Klein-Akku (2x6 V)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Form

Bosch-Verstärkerprogramm: Problemlösungen eingebaut.

- Schwierige Empfangsverhältnisse
- Ungünstige geografische Lagen
- Ein rundes Dutzend Programme
- Verschiedene Sendenormen
- Kabelgebundene Sendungen mit den verschiedensten Aufgaben

Alles kein Problem!

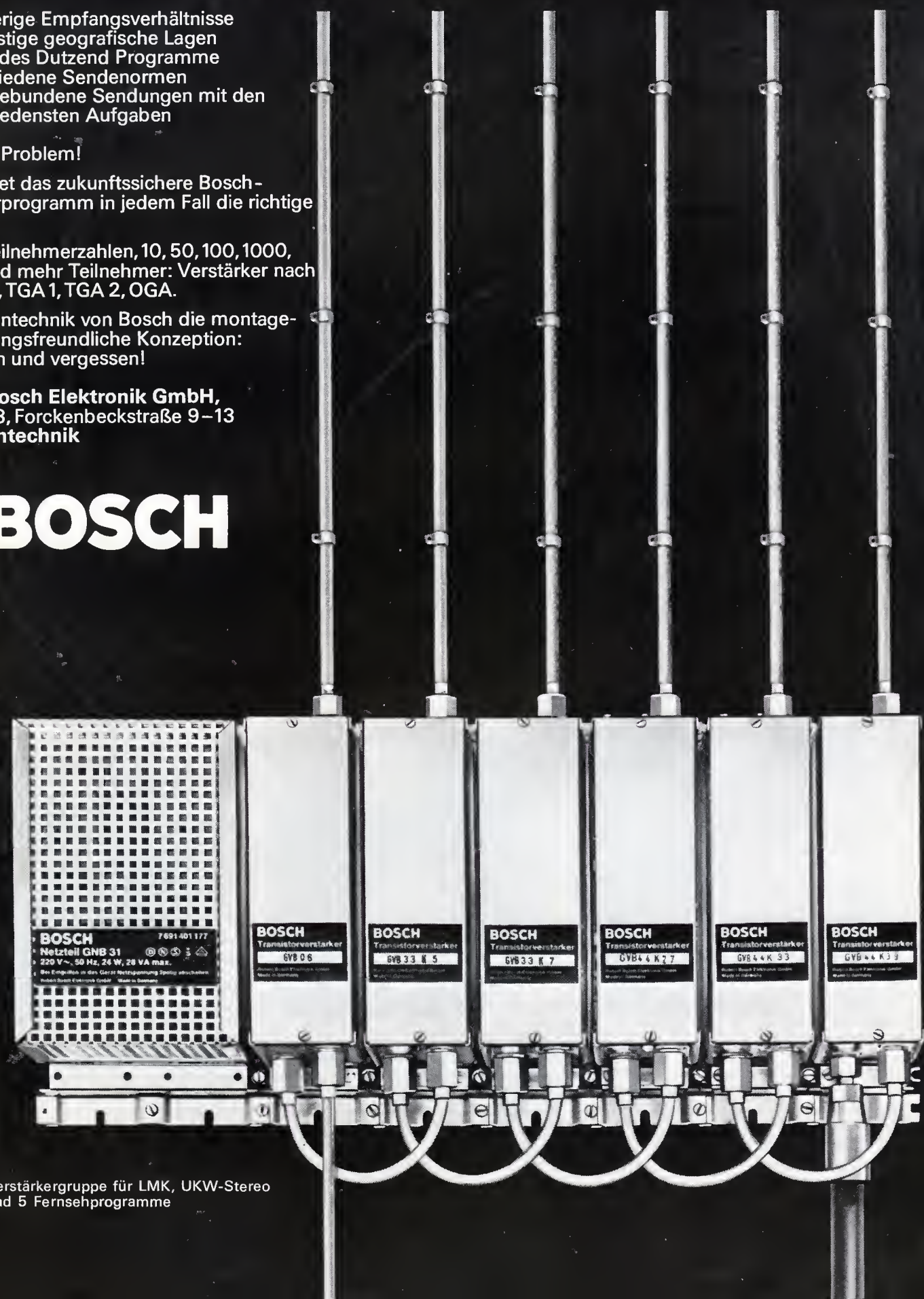
Dafür bietet das zukunftssichere Bosch-Verstärkerprogramm in jedem Fall die richtige Lösung.

Für alle Teilnehmerzahlen, 10, 50, 100, 1000, 10.000 und mehr Teilnehmer: Verstärker nach Maß GVK, TGA 1, TGA 2, OGA.

Zur Spitzentechnik von Bosch die montage- und wartungsfreundliche Konzeption: Installieren und vergessen!

Robert Bosch Elektronik GmbH,
1 Berlin 33, Forckenbeckstraße 9–13
Antennentechnik

BOSCH

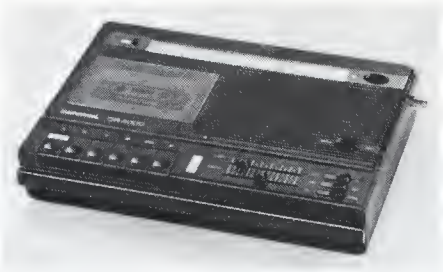


TGA 2 - Verstärkergruppe für LMK, UKW-Stereo und 5 Fernsehprogramme

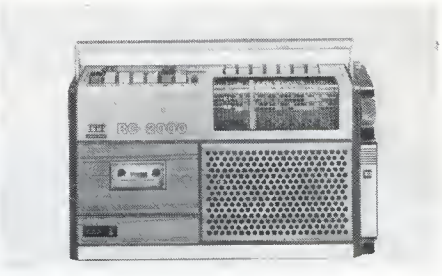
Produkt-Neuheiten

Radio-Recorder

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

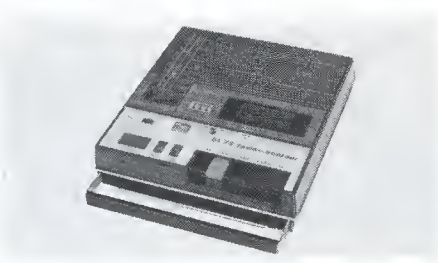


Marke: Imperial
Modellname: CR 4000
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 380 DM
Bereiche: UKW, MW
Stromquelle: Netz oder 6 Babyzellen
Gewicht: 3 kg

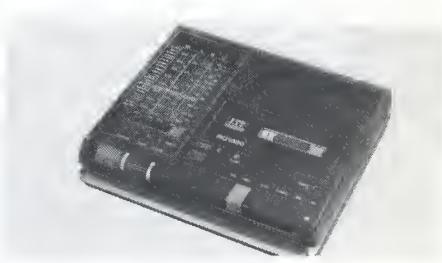


Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: RC 2000
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 480 DM
Bereiche: 4
Stromquelle: Netz oder 5 Babyzellen
Gewicht: 4 kg (mit Batterien)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Entzerrung für CrO_2-Band umschaltbar

Marke: Blaupunkt
Modellname: Diva CR
Lieferbeginn: steht noch nicht fest
Endverkaufspreis: möglicherweise 300 bis 340 DM
Bereiche: UKW, MW
Stromquelle: Netz oder 4 Babyzellen
Gewicht: 2,8 kg (mit Batt.)



Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: SL 73
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 330 DM
Bereiche: UKW, KW, MW
Stromquelle: Netz oder 5 Babyzellen
Gewicht: 2,9 kg (mit Batterien)



Marke: ITT Schaub-Lorenz
Modellname: RC 1000
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 400 DM
Bereiche: 4
Stromquelle: Netz oder 5 Babyzellen oder dryfit-Akku
Gewicht: 3,6 kg (mit Batterien)

Marke: Hitachi
Modellname: TRK-1225
Lieferbeginn: Januar 1974
Endverkaufspreis: 228 DM (unverb. Richtpreis)
Bereiche: UKW, MW
Stromquelle: Batterie/Netz

Marke: Intel
Modellname: Radio-Recorder de Luxe
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 170 DM
Bereiche: UKW, MW
Stromquelle: Netz oder 4 Babyzellen

Marke: Nivico
Modellname: 9407 LS/SF
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Bereiche: 4
Stromquelle: Netz/Batterie
Gewicht: 3,4 kg (mit Batterie)

Wir wollten nicht einen weiteren Cassetten-Recorder bauen, sondern einen, den nicht alle bauen.

Der partysound S ist Mono-Portable und Stereo-Tape Deck zugleich.

Technik von Telefunken. Schöne Gehäuse bauen wir natürlich auch.

magnetophon partysound stereo. Mono-Portable und Stereo-Tape Deck in einem. Netz- und Batteriebetrieb. Eingebautes Mikrofon. 2-Watt-Verstärker. Mithören über Lautsprecher bei Aufnahme. Abschaltbare Aussteuerungsautomatik. Chromdioxid-Cassetten bei Netzbetrieb voll löschbar. Cassettenfach bei Netzbetrieb beleuchtet. Dreistelliges Zählwerk. Kleiner Hinweis: Zeigen Sie den partysound stereo auch jenen Kunden, die eigentlich nur einen ganz normalen Cassetten-Recorder wollten.

TELEFUNKEN

Die 13 Renner von National.
Deshalb sagen wir nicht ohne Grund:

Jetzt schlägt's 13.

TR-562 ES
s/w Portable 31 cm

TR-714 ES
s/w Portable 34 cm

TC-46 EU Color-Portable 36 cm

TC-42 EU
Color-Portable 36 cm

TC-82 EU
Color 46 cm

RF-963 LB
4-Wellen-Portable

RS-260 US
Stereo-Cassetten-Deck

RC-707 B
Uhrenradio mit Tages- und
Datumsanzeiger, 2 Wellen

RF-869 JB
3-Wellen-Portable

RQ-309 S
Cassetten-Recorder

RQ-443 S
Radio-Recorder, 2 Wellen

RQ-432 S
Radio-Recorder, 2 Wellen

RC-6253 B
Uhrenradio, 2 Wellen

Das gute Dutzend hat Zuwachs bekommen.

Jetzt besteht das National-Kernprogramm aus 13 ausgesuchten Top-Modellen aus den Produktgruppen Radio/Phono, Radio-Recorder, Cassetten-Recorder, Fernseher und Stereo.

Ausgereifte Technik und aktuelles Design machen diese 13 zu Ihrer goldenen 13.

Mit ihr sind Sie gerüstet für die vielseitigen Wünsche Ihrer Kunden. Aber nicht nur Ihre Kunden sollen zufrieden sein. Die vertriebsgebundene 13 ist für Sie die goldene Basis für ein gutes Geschäft. Und für ein problemloses Geschäft sorgt unsere neue Doppel-Garantie: Ersatzteile und kostenlose Reparatur auf ein Jahr.

Fragen Sie uns nach weiteren Informationen.

National und Panasonic sind die Markennamen der Matsushita Electric.

Generalvertretung für Deutschland: Transonic Elektrohandelsgesellschaft mbH & Co., 2000 Hamburg 1, Wandalenweg 20, Telefon (040) 28741

Ersatzteil-, Zubehör- und Reparatur-Service: National Panasonic Service Center, 2000 Hamburg 74, Andreas-Meyer-Straße 47, Telefon (040) 78 48 28

In der Schweiz: Firma John Lay, Luzern, Bundesstrasse 9-13 (041/23 44 55)

National

der Zeit immer einen Schritt voraus.

Die 13 Renner von National.
Deshalb sagen wir nicht ohne Grund:

Jetzt sch

TC-46 EU Color-Portable 36 cm

TR-714 ES
s/w Portable 34 cm

RF-963 LB
4-Wellen-Portable

TR-562 ES
s/w Portable 31 cm

RC-707 B
Uhrenradio mit Tages- und
Datumsanzeiger, 2 Wellen

RF-869 JB
3-Wellen-Portable

RC-6253 B
Uhrenradio, 2 Wellen

Das gute Dutzend hat Zuwachs bekommen.

Jetzt besteht das National-Kernprogramm aus 13 ausgesuchten Top-Modellen aus den Produktgruppen Radio/Phono, Radio-Recorder, Cassetten-Recorder, Fernseher und Stereo.

Ausgereifte Technik und aktuelles Design machen diese 13 zu Ihrer goldenen 13.

Mit ihr sind Sie gerüstet für die vielseitigen Wünsche Ihrer Kunden. Aber nicht nur Ihre Kunden sollen zufrieden sein. Die vertriebsgebundene 13 ist für Sie die goldene Basis für ein gutes Geschäft. Und für ein problemloses Geschäft sorgt unsere neue Doppel-Garantie: Ersatzteile und kostenlose Reparatur auf ein Jahr.

Fragen Sie uns nach weiteren Informationen.

lägt's 13.

TC-42 EU
Color-Portable 36 cm

TC-82 EU
Color 46 cm

RS-260 US
Stereo-Cassetten-Deck

RQ-309 S
Cassetten-Recorder

RQ-443 S
Radio-Recorder, 2 Wellen

RQ-432 S
Radio-Recorder, 2 Wellen

National und Panasonic sind die Markennamen der Matsushita Electric.

Generalvertretung für Deutschland: Transonic Elektrohandelsgesellschaft mbH & Co., 2000 Hamburg 1, Wandalenweg 20, Telefon (040) 2 87 41

Ersatzteil-, Zubehör- und Reparatur-Service: National Panasonic Service Center, 2000 Hamburg 74, Andreas-Meyer-Straße 47, Telefon (040) 78 48 28

In der Schweiz: Firma John Lay, Luzern, Bundesstrasse 9-13 (041/23 44 55)

National

der Zeit immer einen Schritt voraus.

Produkt-Neuheiten

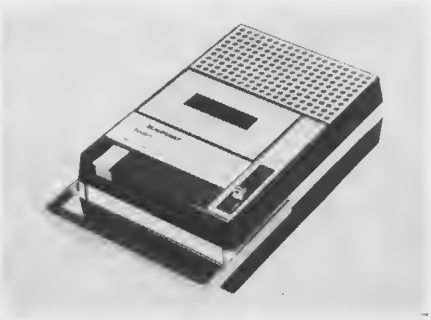
Tragbare Cassetten-Recorder

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

Marke: Nivico
Modellname: 9310 LS/LF
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Bereiche: UKW, MW, LW
Stromquelle: Netz/Batterie
Gewicht: 3 kg (mit Batterie)

Marke: Nordmende
Modellname: Vario-recorder
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 170 DM
Stromquelle: Batterie/Netz
Aussteuerung: automatisch
Gewicht: 2,8 kg

Marke: Teleton
Modellname: TCR 400
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 370 DM
Bereiche: 4
Stromquelle: Batterie/Netz
Gewicht: 3 kg

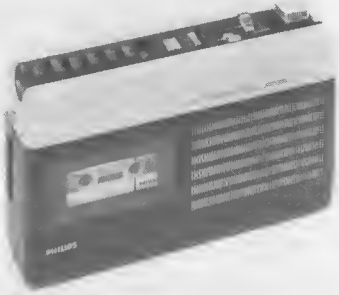


Marke: Blaupunkt
Modellname: Twen
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise 200 bis 230 DM
Stromquelle: Netz oder 4 Babyzellen
Aussteuerung: automatisch
Gewicht: 1,9 kg (ohne Batterie)

Marke: Philips
Modellname: N 2221
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: unter 180 DM
Stromquelle: Batterie/Netz
Aussteuerung: automatisch
Gewicht: 1,65 kg (mit Batterie)

Marke: Toshiba
Modellname: RT 330 FL
Lieferbeginn: Oktober/November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 500 DM
Bereiche: UKW, MW, LW
Stromquelle: Netz oder 4 Monozellen oder 6-V-Autobatterie

Marke: Hitachi
Modellname: TRQ-340
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: 248˝ DM (unverb. Richtpreis)
Stromquelle: Batterie/Netz
Aussteuerung: automatisch
Gewicht: 2 kg



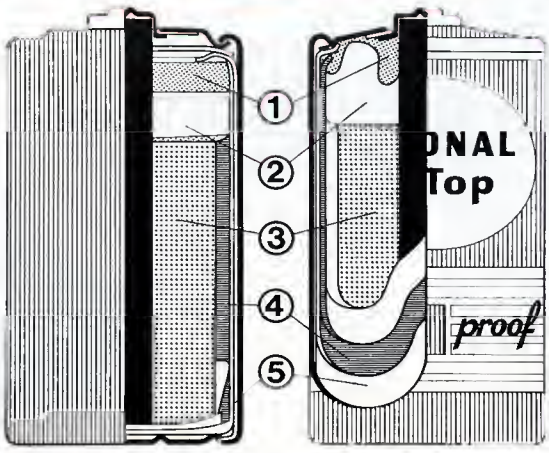
Marke: Philips
Modellname: N 2223
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Stromquelle: Netz oder 6 Monozellen
Aussteuerung: automatisch
Gewicht: 2,1 kg

Das starke Herz

Hält Ihren „Umsatz-Kreislauf" in Schwung...

Hi-Top-Batterien von National leben länger. Sie sind die starken, gesunden Herzen, die alles in Gang halten: vom Transistorradio bis zum Tonbandgerät, von der Filmkamera bis zum Trockenrasierer.

Hi-Top-Batterien sind Spitzenleistungen japanischer Technik, hergestellt in Europa. Sie bringen Ihnen Kunden, die wiederkommen. Nicht um zu reklamieren, sondern um wieder zu kaufen. Wer National-Qualität kennt, bleibt dabei. Sagen Sie selbst, ist dieses starke Herz nicht ein starker Impuls für Ihr Geschäft?



...denn:

National setzt dem Alten die neue, bessere Technik, das modernere Material entgegen.

① Obere Abdichtung: Nicht Pech, sondern Polyäthylen. Läßt »treibende« Gase entweichen. **Größere Kapazität. Kein Austrocknen.**

② Hohlraum: ist größer, nimmt mehr »treibende« Gase auf. Zusätzliche **Sicherheit gegen Auslaufen.**

③ Depolarisationsmasse: Elektrolytisches Mangandioxyd anstatt natürlichem Mangandioxyd. Verminderung der Selbstentladung. **3 Jahre lagerfähig. Größere Kapazität.**

④ Zinkbecher: ist dicker, hält länger, verstärkt die **Sicherheit gegen Auslaufen.**

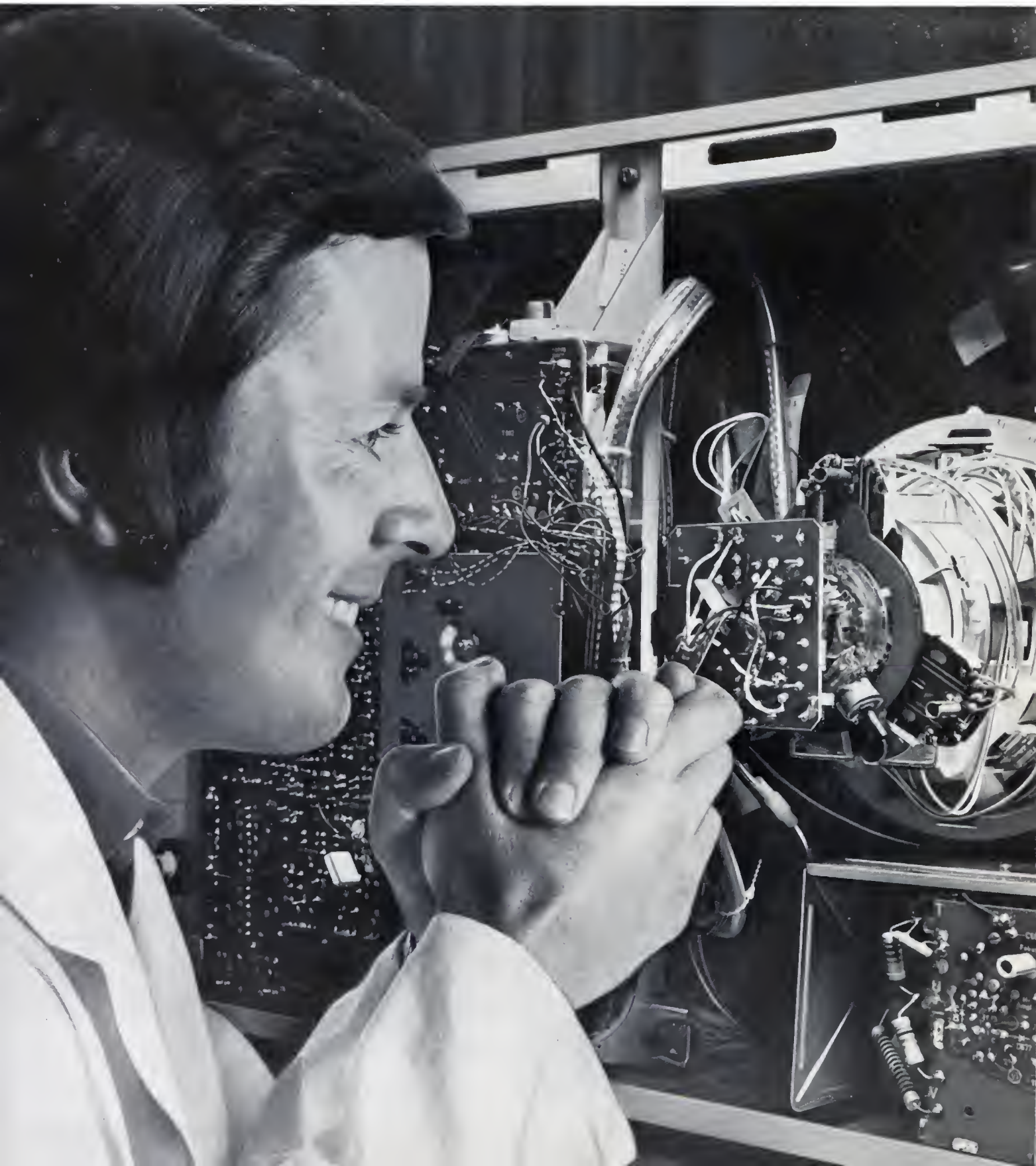
⑤ Innerer Mantel: Vinylhülse, nicht Ölpapier. **Kein Auslaufen** durch Korrosion des Zinkbechers.

Diese Tatsachen helfen verkaufen!

Das starke Herz

NATIONAL National

Transonic Elektrohandelsges. mbH & Co.
2 Hamburg 1, Wandalenweg 20, Tel. 2874-1, Telex 2163048



Das faszinierende Programm.

So faszinierend fortschrittlich wie für Ihre Kunden, so faszinierend vorteilhaft ist das neue SABA-Diagnose-System für Sie. Die SABA-Ingenieure lassen es eben nicht nur bei der Perfektion in der Herstellung bewenden. Sie suchen ebenso nach Perfektion im Service. Mit anderen Worten: Bei SABA denkt man immer an den Fachhandel.

Rudolf Stiebeling
SABA Service-Organisation

Aber wie funktioniert nun eigentlich dieses Fernseh-Diagnose-Quiz für Service-Techniker? Aus 140 Oszillographenmeßpunkten wurden 22 ausgewählt. Die Oszillogramme dieser Nervenzentren verraten, ob die davorliegende Einheit tadellos funktioniert oder ob sich ein Mangel eingeschlichen hat. Im zweiten Fall wird entweder die ganze Einheit ausgewechselt oder mit Hilfe der dazwischenliegenden Oszillogramme das defekte Einzelteil genau lokalisiert und dann ersetzt. So einfach ist das. Aber nur für Sie. Für SABA-Ingenieure steckt harte, langjährige Entwicklungsarbeit dahinter. Denn sie ließen nicht locker, bis das neue Diagnose-System voll ausgereift war.

Bei SABA duldet man eben keine halben Sachen. Wir legen Wert darauf, daß Sie sich in diesem neuen System sofort zuhause fühlen: der Servicedruck auf der Lötseite der Platinen, der Raster und die Soll-Kurven der Oszillogramme im Schaltbild machen Ihnen das Diagnostizieren leicht.

Aber da ist noch ein weiterer Punkt: Die schnellste Diagnose nützt nicht viel, wenn es mit der Therapie nicht klappt. Auch daran haben wir gedacht. Und mehr als nur gedacht: SABA hat einen Ersatzteile-Service aufgebaut, der vorbildlich ist.

Denn der Service stimmt nur dann, wenn er überall stimmt.

SABA

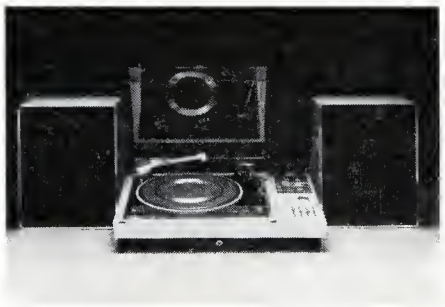
SABA. Die Idee und die Perfektion.

73.1.213.24.2.2

Produkt-Neuheiten

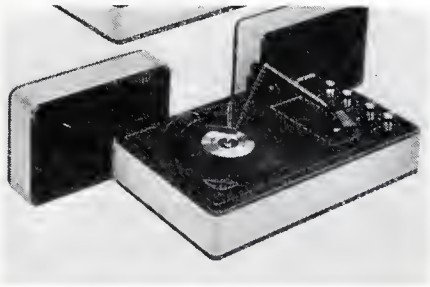
Kombinierte Stereo-Geräte (nicht Hi-Fi)

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



Marke: Rank Arena
Modellname: 3616
Lieferbeginn: Januar 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 500 DM
Kombination aus: Steuergerät und Plattenspieler

Marke: Toshiba
Modellname: SM 3000
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1200 DM
Kombination aus: Steuergerät, Plattenspieler und Cassettenrecorder
Boxen: im Lieferumfang enthalten



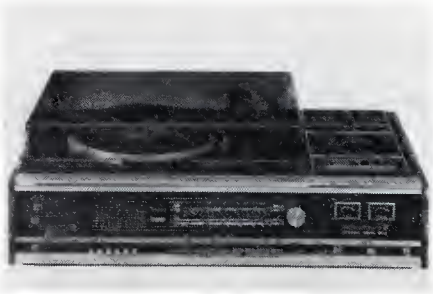
Marke: bruns
Modellname: STS 73
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 160 DM
Kombination aus: Plattenwechsler und Verstärker
Boxen: im Lieferumfang enthalten

Marke: Sharp
Modellname: SG-155 H
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 900 DM
Kombination aus: Steuergerät, Plattenspieler und Cassettenrecorder
Boxen: nach Wahl

Produkt-Neuheiten

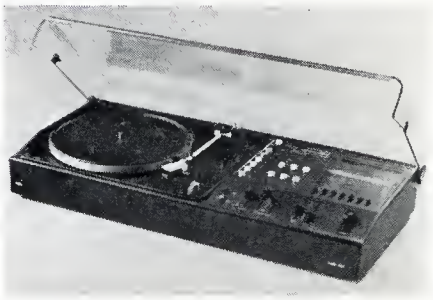
Kombinierte Hi-Fi-Geräte

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



Marke: Nordmende
Modellname: Stereo-Kombination 5006 SCP
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1300 DM
Kombination aus: Steuergerät, Cassettenrecorder und Plattenspieler PE 3010
Boxen: im Lieferumfang eingeschlossen

Marke: Toshiba
Modellname: SM 102
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 500 DM
Kombination aus: 3-Bereichs-Steuergerät und Plattenspieler
Boxen: im Lieferumfang enthalten



Marke: Braun
Modellname: audio 400
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 2100 DM
Quadro: nein
Kombination aus: 4-Bereich-Receiver und Plattenspieler PS 450
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x30 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Außen diskret. Innen konkret.

Was sind das für Leute, die sich eine HiFi-Stereoanlage von REVOX kaufen? Technische Puristen, Hobbytechniker, Ästhetiker? Gewiß auch. Es sind vielmehr Leute, die aufgrund logischer Überlegungen und intensiver Beschäftigung mit der Materie zu REVOX gekommen sind. Das Bemerkenswerteste ist aber, daß sie in fast allen Fällen auch kühl gerechnet haben.

Sie lassen sich nicht von einem raffinierten Styling blenden. REVOX-Käufer schätzen das diskrete, zeitlose Äußere. Denn eine REVOX-Anlage hält viele Jahre. Das Konkrete befindet sich dahinter. Technische Avantgarde, die den Namen REVOX berühmt gemacht hat. Und das schon sprichwörtliche Preis/Leistung-Verhältnis.

REVOX-Käufer sind also Leute, die konkrete Tatsachen wollen. Denen das Image des Wertes über die Wirkung des kurzfristigen Gags geht. Die schon längst erkannt haben, daß REVOX nicht nur einfach REVOX ist.

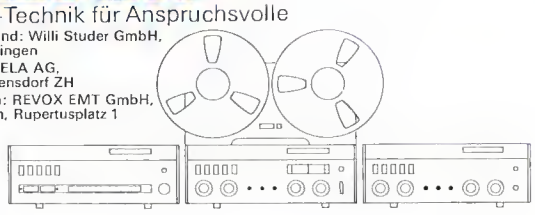
Gehören Sie zu diesen Leuten? Hier ist der Coupon.

Coupon Mit diesem Coupon erhalten Sie Unterlagen über das gesamte REVOX-Programm.
Ihre genaue Anschrift mit Postleitzahl:

202/78.76

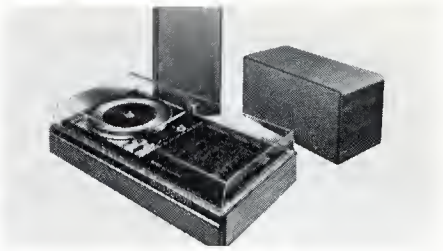
STUDER
REVOX
Audio-Technik für Anspruchsvolle

Deutschland: Willi Studer GmbH,
7827 Löffingen
Schweiz: ELA AG,
8105 Regensdorf ZH
Österreich: REVOX EMT GmbH,
1170 Wien, Rupertusplatz 1



Marke: B & O
Modellname: Beocenter 1400
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 1600 und 1650 DM
Kombination aus: Receiver, Beomaster 901 und Cassettenrecorder Beocord 900
Quadro: nein
Verstärkerteil: wie Beomaster 901
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Loewe Opta
Modellname: Hi-Fi-Center
Lieferbeginn: Ende 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 1290 und 1340 DM
Kombination aus: Receiver und Plattenwechsler Dual 1216
Quadro: quasi
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2 x 25 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 8 UKW-Festsender-Sensoren

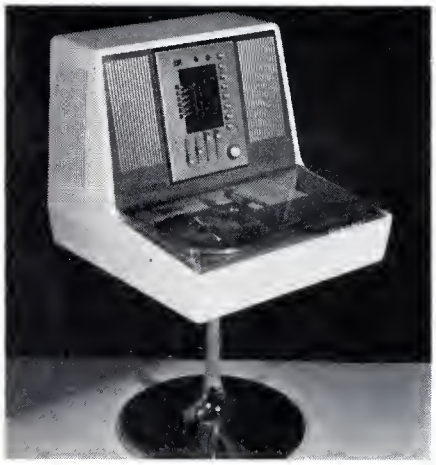


Marke Saba
Modellname: Hi-Fi-Studio-Kombination 8760 Stereo
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: 1298 DM (geb.) ohne Boxen
Quadro: nein
Kombination aus: Receiver und Plattenspieler Dual 1216
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x22 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: acht UKW-Festsender-Sensoren

Marke: Telefunken
Modellname: hifi-center 4040
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise knapp unter 1200 DM
Quadro: nein
Kombination aus: 4-Bereich-Receiver und Plattenspieler
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x22 W

Marke: Rosita
Modellname: 1000 E
Lieferbeginn: September 1973
Quadro: nein
Kombination aus: Receiver, Plattenwechsler Dual 1211 und 2 getrennten Boxen

Marke: Philips
Modellname: RH 837 „Stereo-4"
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: quasi
Kombination aus: UKW-Receiver und Plattenspieler GC 008
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x20 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Sichtpult mit Leuchtanzeige der eingeschalteten Funktionsstufen



Marke: Rosita
Modellname: Commander Luxus
Lieferbeginn: November 1973
Quadro: nein
Kombination aus: Receiver, Plattenwechsler Philips GC 060 L, Cassettenrecorder Philips 2505 und eingebauten Boxen (Zusatzboxen anschließbar)

Marke: Rosita
Modellname: Coburg
Quadro: nein
Kombination aus: Studio-Teil mit Receiver, Plattenwechsler Philips GC 060 L und Cassettenrecorder Philips 2505 sowie zwei getrennten, im Stil passenden Boxen
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: altdeutscher Stil

Marke: Rosita
Modellname: Kompakt-Luxus 2000
Lieferbeginn: September 1973
Quadro: nein
Kombination aus: Receiver, Plattenwechsler Dual 1211 und Cassettenrecorder Philips 2505

Das Wichtigste beim Kauf eines Farbfernsehgerätes: Die echten Farben.

Philips
Goya royal
electronic

Unser Spitzengerät
mit Farbecht-Garantie.

Philips hat die echten Farben.

Die Farb Getreuen
von Philips

PHILIPS

DEUTSCHE PHILIPS GMBH FER 7294

Produkt-Neuheiten

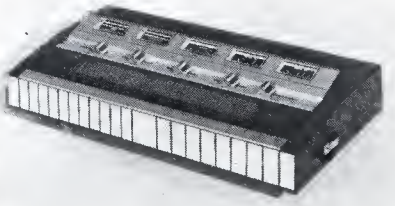
Hi-Fi-Receiver

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

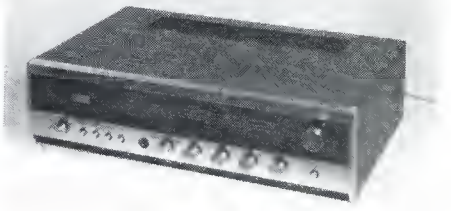
Marke: Blaupunkt
Modellname: Delta 6003 GD
Lieferbeginn: vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa 1450 bis 1550 DM
Quadro: quasi
Bereiche: 5
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x40 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: elektronischer UKW-Sendersuchlauf (auch fernbedienbar)

Marke: Imperial
Modellname: Hi-Fi 3000
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 850 und 880 DM
Quadro: nein
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x22 W

Marke: audioson-kirksaeter
Modellname: Compact 75-50
Lieferbeginn: März 1973
Endverkaufspreis: 1468 DM (geb.) für Ausführung Nußbaum natur
Quadro: nein
Bereiche: UKW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x50 W

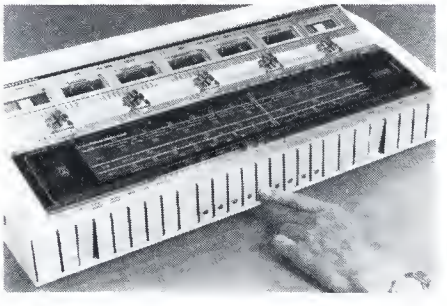


Marke: Grundig
Modellname: RTV 820 HiFi-4D
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 700 DM
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x11 W



Marke: Intel
Modellname: 8012
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: unter 500 DM
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x20 W

Marke: audioson-kirksaeter
Modellname: RTX 120-85
Lieferbeginn: März 1973
Endverkaufspreis: 1968 DM (geb.)
Quadro: nein
Bereiche: UKW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x85 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 2 Jahre Garantie

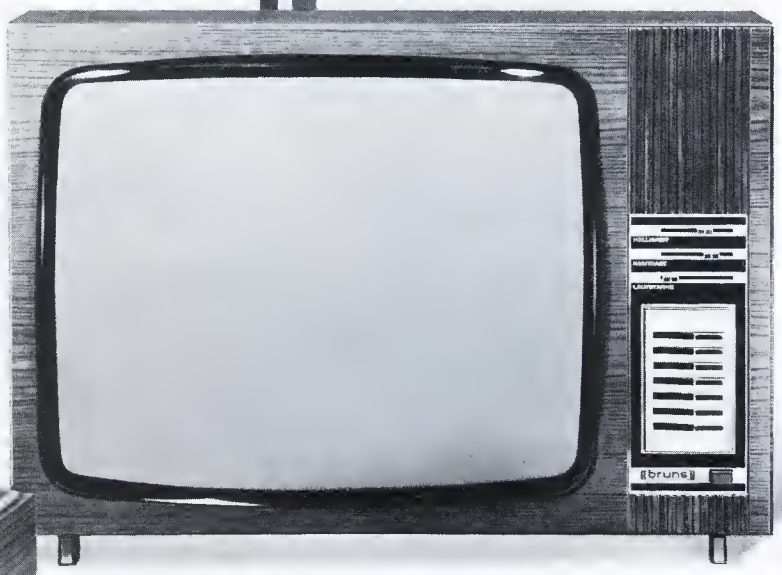


Marke: Grundig
Modellname: RTV 1040 HiFi-Quadro
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1500 DM
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x22,5 W (2x27,5 W)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

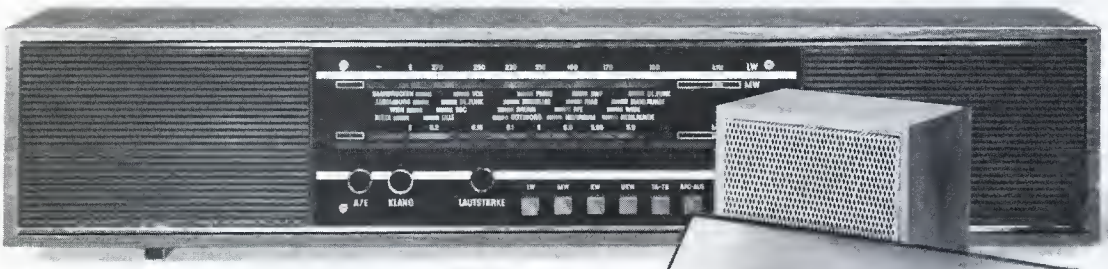
Marke: Leak
Modellname: 2000
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 1150 und 1170 DM
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW, LW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x40 W

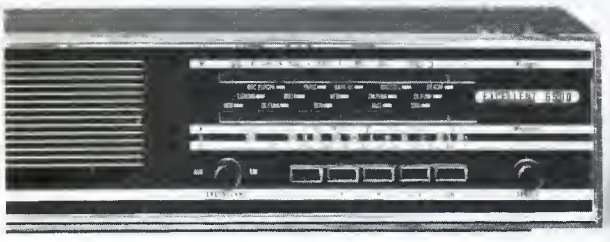
Preiswert...

und das nicht nur beim Verkauf*



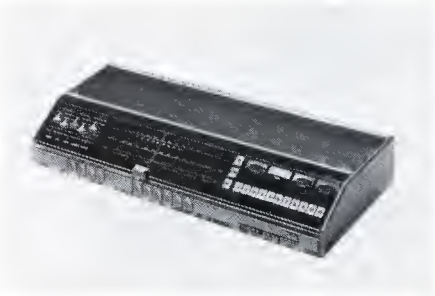
* Ihr Großhändler kennt unser Programm.





bruns

2 Hamburg 39 · Leinpfad 74 · Sammel-Nr. 040-4 60 30 31 · Telex 02-13 575 / 02-14 525



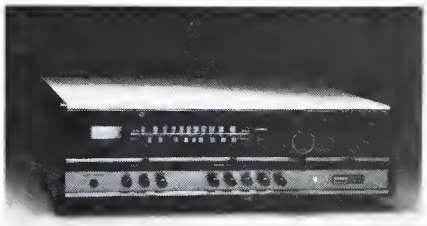
Marke: Loewe Opta
Modellname: ST 22 sensotronic
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 950 und 1000 DM
Quadro: quasi (Quadrosound)
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x40 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 11 Sensoren für voreingestellte Sender aus beliebigen Empfangsbereichen

Marke: National-Technics
Modellname: SA-800 X
Lieferbeginn: vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa knapp unter 2300 DM
Quadro: Matrix-Systeme, CD-4 und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x16 W (2x42 W)

Marke: Nordmende
Modellname: Quadronado QXL-160
Lieferbeginn: Frühjahr 1978
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1250 DM
Quadro: SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x30 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: acht UKW-Festsender-Sensoren, „Ton-Lokalisator"

Marke: Marantz
Modellname: 4270
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: quasi und SQ-Matrix (steckbar) und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 8 Ohm: 4x25 W (2x70 W)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Dolby-Rauschunterdrückung eingebaut

Marke: Nivico
Modellname: VR-5525 L
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW, LW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x18 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: eingebaute Mikrofon-Mischeinrichtung



Marke: Rank Arena
Modellname: R 2010 Quadro
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: unter 500 DM
Quadro: quasi
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x10 W

Marke: Metz
Modellname: 4000 HiFi
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 1000 und 1100 DM
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: acht UKW-Festsender-Sensoren

Marke: Nivico
Modellname: 4 VR-5456
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: alle Matrix-Systeme und CD-4 und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x48 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Für alle Quadro-Systeme komplett eingerichtet

Marke: Rank Arena
Modellname: R 2035 Quadro
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 1000 DM
Quadro: quasi
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x35 W

Suchen Sie als Anfang Ihrer Stereo-Anlage einen preiswerten Plattenspieler, der Ihnen trotzdem so viele technische Feinheiten wie möglich bietet? Dann entscheiden Sie sich für den BSR McDonald MP60! Er besitzt eine Vielzahl beeindruckender Merkmale, z. B. einen 4-Pol-Induktions-Motor, einen völlig ausbalancierten Tonarm, eine Antiscating-Einrichtung und eine Feinregulierung der Auflagekraft. Wir liefern den MP60 wahlweise mit einem ADC K8 Tonabnehmersystem oder einem Shure M75-6S. So kommen Sie mit dem MP60 zu ausgezeichneter Musikwiedergabe und sparen gleichzeitig Geld für den Kauf Ihrer Lieblings-Schallplatten.

Schreiben Sie uns bitte, wenn Sie mehr erfahren möchten über den MP60 und die anderen BSR McDonald-Modelle, die wir Ihnen hier leider nur kurz vorstellen können.

Der 810 Studio-Plattenspieler DIN 45500
Er ist einer der besten Plattenspieler, die wir je gebaut haben. Das Britische Design Council hat ihn für sein hervorragendes Design ausgezeichnet. Seine Wiedergabequalität entspricht professionellen Anforderungen. Er ist jetzt wahlweise mit einem ADC K3E Magnet-Tonabnehmersystem mit elliptisch geschliffenem Diamanten oder mit einem Shure M75-6S ausgestattet.

Der 710 Studio-Plattenspieler DIN 45500
Er arbeitet mit der Präzision eines Elektronen-Rechners. Die vorprogrammierte Kurvensteuerung ist nur einer seiner bemerkenswerten Vorzüge. Unter anderem gewährleistet ein ADC K5E Tonabnehmersystem mit elliptisch geschliffenem Diamanten oder ein Shure M75-6S eine völlig verzerrungsfreie Wiedergabe Ihrer Schallplatten.

Der HT70 Einzelspieler
Wenn Sie einen Plattenspieler in mittlerer Preislage suchen, der annähernd Studioqualität (DIN 45500) erreicht, finden Sie kaum einen besseren als den HT70. Sie bekommen ihn jetzt wahlweise mit einem ADC K7E Tonabnehmersystem mit elliptisch geschliffenem Diamanten oder einem Shure M75-6S.

Der 610 Automatikwechsler
Der 610 ist die geglückte Kombination eines hochpräzisen Einzelspielers für drei Geschwindigkeiten und eines außerordentlich ruhig laufenden Automatikwechslers. Er ist wahlweise mit dem ADC K8 Tonabnehmersystem oder einem Shure M75-6S ausgestattet.

Der 510 Automatikwechsler
Mit dem 510 beweisen wir, daß technische Perfektion nicht unbedingt teuer sein muß. Denn der 510 besitzt unter anderem eine Antiscating-Einrichtung, einen hydraulischen Tonarmlift und wahlweise ein ADC K8 Tonabnehmersystem oder ein Shure M75-6S.

Der 210 Automatikwechsler
Der 210 bietet Ihnen mehr Möglichkeiten als manch größerer Plattenspieler. Obwohl er nur 35x26x14 cm groß ist und nur 3 kg wiegt, hat er unter anderem eine Aufsetzhilfe, einen dynamisch ausgewuchteten 2-Pol-Motor und ein Stereo-Keramik-Tonabnehmersystem.

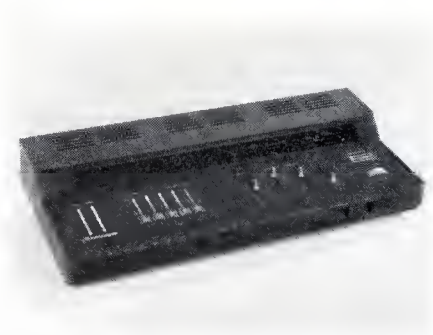
Der TD8S 8-Spur-Kassettenspieler
Der TD8S vervollkommnet Ihre HiFi-Anlage. Er wird direkt an Ihren Verstärker angeschlossen und spielt, wenn Sie es wollen, ununterbrochen mit automatischer und manueller Programmwahl.

„Das Bessere ist der Feind des Guten."

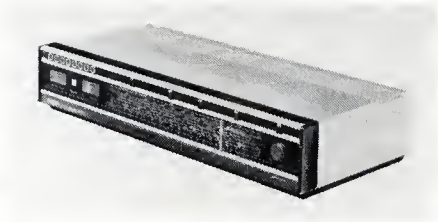
VERTRIEB:
BSR GmbH
3203 Sarstedt/Hannover, Am Boksberg 4
VERTRETUNG IN DER BRD:
Thiele und Ulisch
4650 Gelsenkirchen, Markenstraße 35
Tel.: 0 23 22/5 52 79
VERTRETUNG IN ÖSTERREICH:
J. K. Sidek
Wiedner Hauptstraße 43, 1040 Wien
VERTRETUNG IN DER SCHWEIZ:
Ernst Wyder
CH 5430 Wettingen, Seminarstraße 71

BSR
McDONALD

Aller Anfang ist leicht.



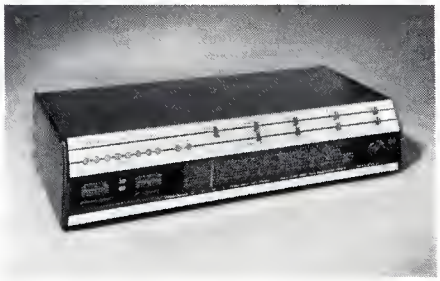
Marke: Rank Arena
Modellname: T 4000
Lieferbeginn: Anfang 1973
Endverkaufspreis: unter 1000 DM
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW, LW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x35 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Pultform



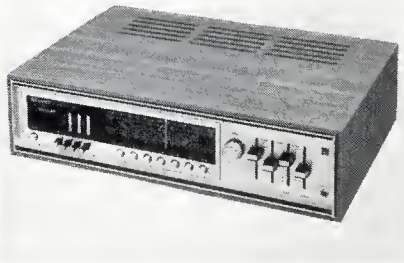
Marke: Saba
Modellname: Hi-Fi-Studio 8100 Stereo
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 998 DM (geb.)
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x33 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: acht UKW-Festsender-Sensoren

Marke: Scott
Modellname: R 77 S
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 2200 DM (unverb. R.-Pr.)
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: ohne Angabe

Marke: Rotel
Modellname: RC 454 A
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1100 DM
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x25 W (2x55 W)



Marke: Saba
Modellname: Hi-Fi-Studio 8140 Quadro
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 1500 DM
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x30 W (2x30 W)
Bereiche: 4
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Elektronischer Sendersuchlauf und 8 UKW-Festsender-Sensoren



Marke: Sharp
Modellname: SA-606
Lieferbeginn: April 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 600 DM
Quadro: nein
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: Angabe fehlt

Marke: Saba
Modellname: Hi-Fi-Studio 8060 Stereo
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: 848 DM (geb.) ohne Boxen
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2 x 22 W

Marke: Sansui
Modellname: QRX - 6500
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 3980 DM (unverb. R.-Pr.)
Quadro: QS- und R-Matrix sowie 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 8 Ohm: 4x37 W

Marke: Sharp
Modellname: SA-507
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 1000 DM
Quadro: SQ- und R-Matrix sowie 4 getrennte Kanäle
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung: Angabe fehlt
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: eingebaute Mikrofon-Mischeinrichtung

Das Hirschmann TOP-Verstärker-Programm - besonders geeignet für große und größte Gemeinschafts-Antennenanlagen.

Bestellen Sie per Postkarte die Informationsschrift »Top in Form, Farbe und technischer Konzeption: Hirschmann TOP-Verstärker«!

Richard Hirschmann
Radiotechnisches Werk
73 Esslingen a. Neckar, Postfach 110

Hirschmann

III.73.26

Hirschmann
Netzgerät
Lne 1500
Made in W. Germany

Lvu 641
Lvk 441
Lvk 431
Lvb 480

Metz Qualitäts-Garantie

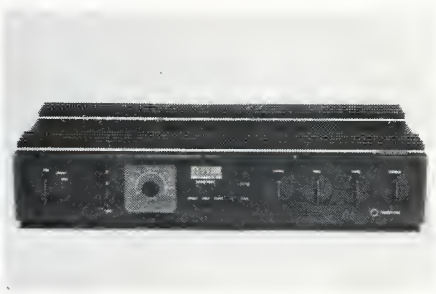
...es gibt nichts Besseres

„Qualität zuerst". Das verlangen Verbraucher und Fachhändler. Und unseren Geräten wird Qualität bestätigt. Das hören wir immer wieder. Deshalb „Metz mit Qualitätsgarantie".

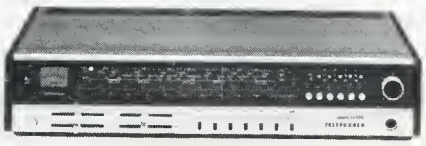
Metz

Immer erster Klasse

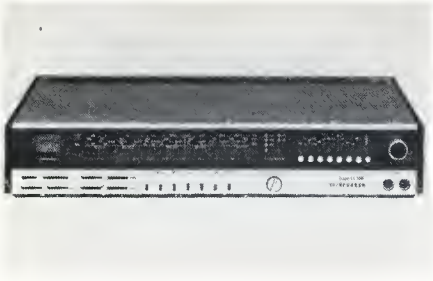
Marke: Sonab
Modellname: R 7000-3
Lieferbeginn: Frühjahr 1973
Endverkaufspreis: 1928 DM (unverb. R.-Pr.)
Quadro: nein
Bereiche: UKW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x45 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design



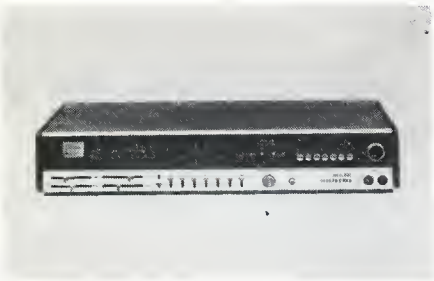
Marke: Sonab
Modellname: R 4000-2
Lieferbeginn: Frühjahr 1973
Endverkaufspreis: 1498 DM (unverb. R.-Pr.)
Quadro: nein
Bereiche: UKW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x50 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design



Marke: Telefunken
Modellname: concertino hifi 4040
Lieferbeginn: Juli 1973
Endverkaufspreis: 828 DM (geb.)
Quadro: nein
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x22 W



Marke: Telefunken
Modellname: hymnus hifi 5050
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: 1098 DM (geb.)
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x30 W



Marke: Telefunken
Modellname: opus hifi 6060
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: knapp unter 1400 DM
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x35 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: 7 UKW-Festsender-Sensoren und Umschalt-Sensor (Abstimmknopf)

Marke: Telefunken
Modellname: quadro hifi 1000
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: ohne Angabe

Metz Farbfernsehen

...es gibt nichts Besseres

Vergleichen Sie – wer bietet mehr! Metz Farbfernseher zeigen die Farben wie sie sind: Brillant und naturgetreu. Für Metz Fernseher ist das Beste gerade gut genug: Modernste, „kühle" Halbleitertechnik ohne Röhren, Modul-Steck-System. Bedienungskomfort der Superklasse ist die Metz Ultraschall-Fernsteuerung für alle Funktionen, sogar Ein/Aus und auch die Programmwahl für sieben Sender. Und nicht zuletzt: das gute, wohnraumfreundliche Metz Design.

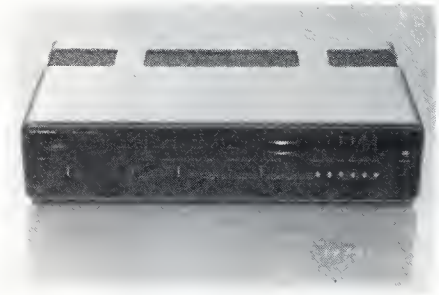
Metz

Immer erster Klasse

Produkt-Neuheiten

Hi-Fi-Tuner

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



Marke: Teleton
Modellname: TFS 70
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: unter 900 DM
Quadro: quasi
Bereiche: 4
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x33 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Braun
Modellname: CE 1020
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1400 DM
Bereiche: 4
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

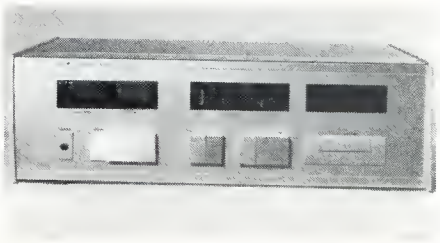
Marke: Toshiba
Modellname: SA 300 L
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 800 DM
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW, LW
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x12 W

Marke: B & O
Modellname: Beomaster 1700
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 660 und 680 DM
Bereich: UKW
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Rotel
Modellname: RA 1220
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 700 DM
Bereiche: UKW, MW

Marke: Wega
Modellname: hifi 3130
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 1200 DM
Quadro: nein
Bereiche: UKW, MW
Dauertonleistung an 8 Ohm: 2x25 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Blaupunkt
Modellname: Delta 6011 T
Lieferbeginn: Ende November 1973
Endverkaufspreis: etwa 700 bis 800 DM
Bereiche: 5
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: elektronischer UKW-Sendersuchlauf (auch fernbedienbar)



Marke: Scott
Modellname: T 33-S
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 2100 DM (unverb. R.-Pr.)
Bereiche: UKW
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: digital anzeigender Tuner mit elektronischem Sendersuchlauf und automatisch regelnder Präzisionsabstimmung

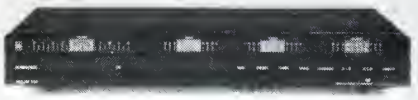
Produkt-Neuheiten

Hi-Fi-Verstärker

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

Marke: Dual
Modellname: CV 240
Lieferbeginn: Januar/Februar 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x38 W (2x40 W)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Anschluß für Fernsteuer-Einheit RC 40 zur Rundum-Balance

Marke: Rotel
Modellname: RA 1210
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 800 DM
Quadro: nein
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x80 W



Marke: B & O
Modellname: Beolab 1700
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa zwischen 760 und 780 DM
Quadro: quasi
Dauertonleistung an 4 Ohm: 2x20 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Loewe Opta
Modellname: QV 310
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise zwischen 950 und 1000 DM
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x35 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Vier-Kanal-Balance-Steuerknüppel

Marke: Sansui
Modellname: QA-7000
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: 2850 DM (unverb R.-Pr.)
Quadro: QS- und R-Matrix sowie 4 ge trennte Kanäle
Dauertonleistung an 8 Ohm: 4x20 W

Marke: Blaupunkt
Modellname: Delta 6011 V
Lieferbeginn: Ende November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise etwa 1400 bis 1500 DM
Quadro: SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x20 W

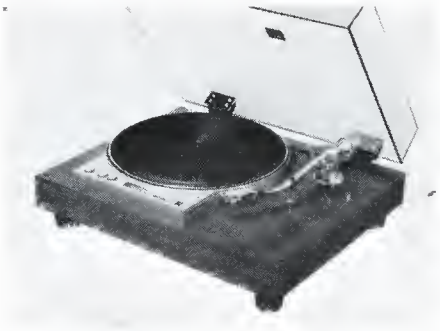
Marke: Loewe Opta
Modellname: QV 300
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise knapp über 500 DM
Quadro: quasi und SQ-Matrix und 4 getrennte Kanäle
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x25 W oder 2x20 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: kann von einem herkömmlichen Stereo-Steuergerät angesteuert werden und hat zusätzlichen Vier-Kanal-Eingang

Marke: Thorn-Ferguson
Modellname: 3490
Lieferbeginn: Jan./Febr. 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 1000 DM
Quadro: SQ-Matrix
Dauertonleistung an 4 Ohm: 4x20 W
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: eingebauter Quadro-Balance-Steuerknüppel mit Leuchtanzeige

Produkt-Neuheiten

Hi-Fi-Plattenspieler

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



Marke: Nivico
Modellname: IL–B 44
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Antrieb: direkt
Tonarmtyp: JVC „Sure Tracking"
Tonabnehmertyp: beliebig, sofern zwischen 10 g und 32 g schwer

Marke: Thorens
Modellname: TD 165 spezial
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 450 DM
Antrieb: Riemen
Tonarmtyp: Thorens TP 11
Tonabnehmertyp: Pickering Micro IV

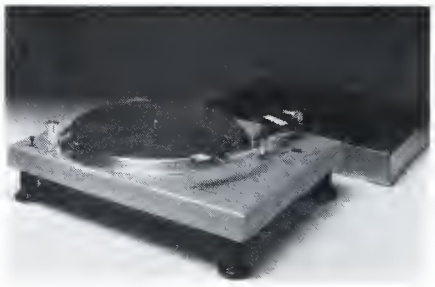
Marke: Braun
Modellname: PS 450
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 650 DM
Antrieb: Riemen, Stufenwelle und Reibrad
Tonarmtyp: Braun
Tonabnehmertyp: Shure M 75 MG Typ 2
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Design

Marke: Sonab
Modellname: 55 S
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: unter 500 DM
Antrieb: Riemen

Produkt-Neuheiten

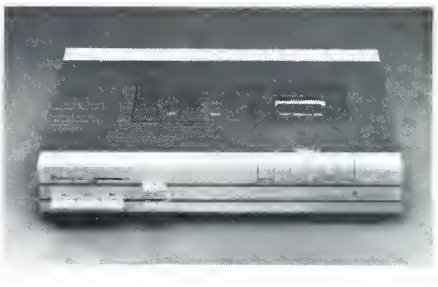
Stereo-Cassetten-Tapedecks

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



Marke: National-Technics
Modellname: SL-1200 (ohne System)
Lieferbeginn: vor Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 950 DM
Antrieb: direkt

Marke: Sharp
Modellname: RP-203
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 400 DM
Antrieb: Riemen



Marke: B & O
Modellname: Beocord 900
Lieferbeginn: Okt./Nov. 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 700 DM
Hi-Fi-Qualität: nein
Umschaltung auf CrO_2: mit Taste
Rauschunterdrückung: nein

Wenn Sie DURACELL führen, können Sie die närrischsten Dinge erleben.

Durch die DURACELL kommen Kunden in Ihr Geschäft, die sich von normalen Batterie-Käufern oft beträchtlich unterscheiden.

Es kommen Photo-Narren, Radio-Narren, Kamera-Narren, Tonband-Narren. Sie verlangen die DURACELL. Denn die DURACELL ist keine normale Batterie – sondern eine Dauercell.

Ihre Lebensdauer ist ungewöhnlich. Ihre Kraft ist ungewöhnlich. Ihre Werbung ist ungewöhnlich. Und auch der Gewinn, den man erzielen kann, ist nicht alltäglich.

Sie können sich nicht vorstellen, wieviel neue zufriedene Dauerkunden Sie gewinnen, wenn Sie die DURACELL führen. Die Dauercell

Informations-Coupon.

An Mallory Batteries GmbH, 5023 Weiden bei Köln, Aachener Str. 274

Bitte informieren Sie uns über das Mallory-DURACELL-Programm.

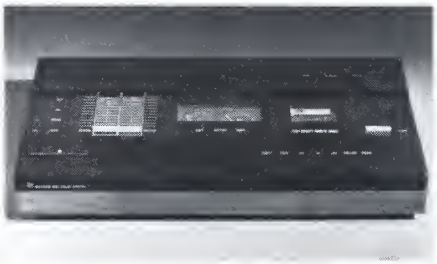
Name: _____

Anschrift: _____

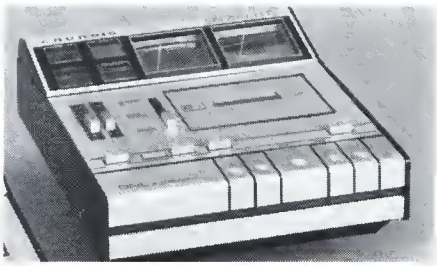
Unser Großhändler: _____

MALLORY DURACELL®

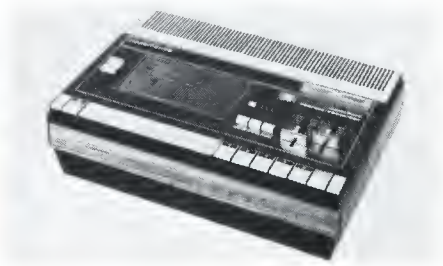
Sie überdauert alle normalen Batterien der Welt



Marke: B & O
Modellname: Beocord 2200 (baugleich, nur ohne Dolby: Beocord 1700)
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei etwa 1400 DM (Beocord 1700: bei 1200 DM)
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Herstellerangabe)
Umschaltung auf CrO_2: mit Taste
Rauschunterdrückung: Dolby
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: „High Density Ferrite"-Tonköpfe mit besonders langer Lebensdauer (10 Jahre Garantie)



Marke: Grundig
Modellname: CN 720 HiFi
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise unter 450 DM
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: automatisch
Rauschunterdrückung: DNL
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: „Long-Life"-Tonköpfe

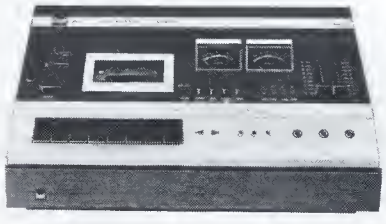


Marke: Nordmende
Modellname: Hi-Fi-comfort stereo-recorder
Lieferbeginn: Anfang 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 700 DM
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: automatisch
Rauschunterdrückung: DNL
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: alle Schalt- und Umsteuerfunktionen erfolgen elektromagnetisch und elektronisch

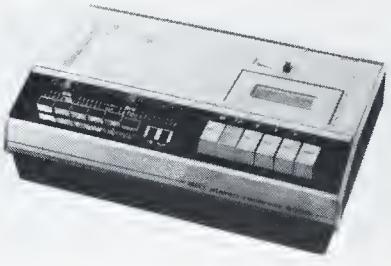
Marke: Dokorder
Modellname: MK-50
Lieferbeginn: Anfang 1974
Endverkaufspreis: 689 DM (unverb. R.-Pr.)
Hi-Fi-Qualität: vermutlich ja
Umschaltung auf CrO_2: mit Taste
Rauschunterdrückung: Dolby

Marke: Lenco
Modellname: C 1000
Lieferbeginn: 1. Halbjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Hi-Fi-Qualität: nicht bekannt
Umschaltung auf CrO_2: mit Taste
Rauschunterdrückung: Dolby

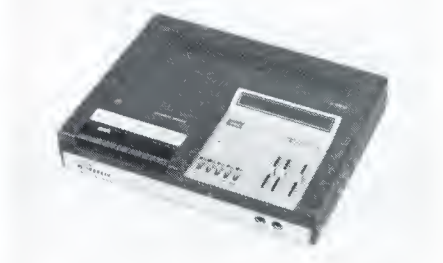
Marke: Sharp
Modellname: RT-480 H
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 750 DM
Hi-Fi-Qualität: nicht bekannt
Umschaltung auf CrO_2: mit Schalter
Rauschunterdrückung: Dolby
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Bandstellen-Suchautomatik



Marke: Dual
Modellname: Dual C 901
Lieferbeginn: Dezember 1973
Endverkaufspreis: 1086 DM (unverb. Richtpreis)
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: automatisch
Rauschunterdrückung: Dolby
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: Auto-Revesre- und Continuous-Play

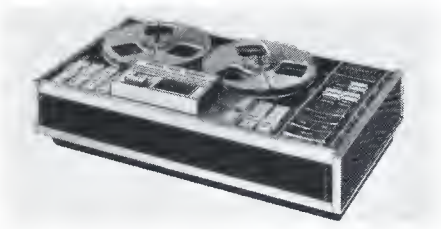


Marke: Nordmende
Modellname: Hi-Fi-stereo-recorder 6000
Lieferbeginn: Oktober/November 1973
Endverkaufspreis: möglicherweise bei 550 DM
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: mit Taste
Rauschunterdrückung: Dolby
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: automatischer Nullstopp (Memory)



Marke: Telefunken
Modellname: MC 2200 hifi
Lieferbeginn: Frühjahr 1974
Endverkaufspreis: keine sichere Schätzung
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: Gerät ist auf CrO_2-Band eingestellt
Rauschunterdrückung: Dolby

Marke: Uher
Modellname: CG 360
Lieferbeginn: Januar/Februar 1974
Endverkaufspreis: möglicherweise etwa 1600 DM
Hi-Fi-Qualität: ja (laut Hersteller)
Umschaltung auf CrO_2: automatisch
Rauschunterdrückung: Dolby
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: drei Motoren; Schaltungsaufbau mit Steckkarten (steckbare Stereo-Endstufe zum Nachrüsten kostet etwa 170 DM)



Marke: Grundig
Modellname: TK 745 HiFi-Stereo
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 750 DM (ohne Erstausstattung)
Spuren: 4
Bandgeschwindigkeiten: 4,75/9,5/19 cm/s
Max. Spulen-Durchmesser: 18 cm

Produkt-Neuheiten

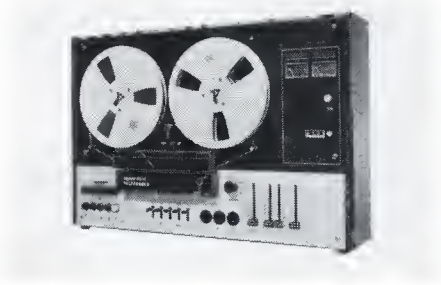
Kofferradios

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.

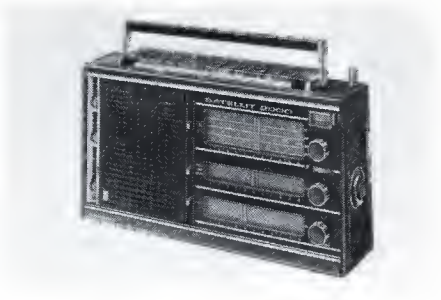
Produkt-Neuheiten

Hi-Fi-Spulen-Tonband-geräte

Die Angaben über Endverkaufspreise beruhen auf eigenen Ermittlungen und Schätzungen der Redaktion.



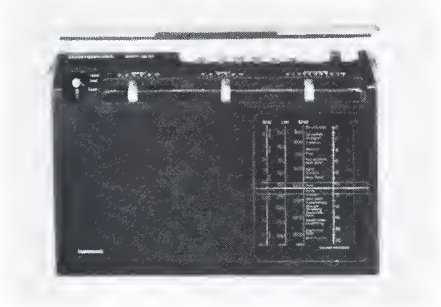
Marke: Telefunken
Modellname: magnetophon 3000 hifi (Tapedeck)
Lieferbeginn: September 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 1200 DM
Spuren: 4
Bandgeschwindigkeiten: 4,75/9,5/19 cm/s
Max. Spulen-Durchmesser: 18 cm
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: DIN 45 500 wird auch bei der Bandgeschwindigkeit 4,75 cm/s erfüllt



Marke: Grundig
Modellname: Satellit 2000
Lieferbeginn: Oktober 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 750 DM
Stromquelle: Netz oder 6 Monozellen oder dryfit-Akku oder externe Gleichspannungs-Quelle (9–16 V)
Gewicht: 7 kg (mit Batt.)
Wichtigster Wettbewerbsvorteil: besonders für Kurzwellenempfang eingerichtet

Marke: Dokorder
Modellname: 7100
Lieferbeginn: Anfang 1974
Endverkaufspreis: 1404 DM (unverb. R.-Pr.)
Spuren: 4
Bandgeschwindigkeiten: 9,5/19 cm/s
Max. Spulen-Durchmesser: 18 cm

Marke: Revox
Modellname: A 700
Lieferbeginn: November 1973
Endverkaufspreis: 3690 DM (unverb. R.-Pr.)
Spuren: 4
Bandgeschwindigkeiten: 9,5/19/38 cm/s
Max. Spulen-Durchmesser: 26,5 cm



Marke: Imperial
Modellname: RP 50
Lieferbeginn: August 1973
Endverkaufspreis: etwa bei 230 DM
Bereiche: 4
Stromquelle: Netz oder 6 Babyzellen
Gewicht: 2,1 kg (mit Batt.)

Strukturanalyse der Handelsvertreter und Handelsmakler unserer Branche

In unserer August-Ausgabe (Heft 8/73) veröffentlichten wir eine ausführliche analytische Auswertung der Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung 1968 für den Rundfunk- und Elektroeinzelhandel. Im folgenden Beitrag beschäftigen wir uns mit den Ergebnissen dieser Strukturerhebung für die Handelsvermittlung.[1]

Zur Handelsvertretung im Sinne dieser Untersuchung gehören alle Institutionen, deren Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend darin besteht, Handelsware in fremdem Namen für fremde Rechnung zu vermitteln bzw. Delkredere- oder Zentralregulierungsgeschäfte durchzuführen.

Handelsvertretung wird im allgemeinen von den Handelsvertretern (Handelsagenten) und Handelsmaklern ausgeübt, von denen die einen ständig damit betraut sind, für ein oder mehrere Unternehmen Geschäfte zu vermitteln oder in deren Namen abzuschließen, und die anderen (die Handelsmakler) die Vermittlung von Verträgen über Gegenstände des Handelsverkehrs übernehmen, ohne dabei in einem ständigen Vertragsverhältnis zu ihren Auftraggebern zu stehen.

Außer Betracht bleiben bei den folgenden Ausführungen die sogenannten Versandhandelsvertreter, deren Aufgabe vornehmlich darin besteht, private Haushalte aufzusuchen und von diesen Bestellungen im Namen der Lieferfirmen entgegenzunehmen.

In den Handels- und Gaststättenzählungen werden folgende Bereiche – soweit sie für uns von Interesse sind – ausgewiesen:

- Handelsvermittlung von Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräten, deren Teilen und Zubehör, Schallplatten (im folgenden kurz: „Rundfunkgeräte usw." genannt),
- Handelsvermittlung von elektrotechnischen Erzeugnissen und Leuchten (im folgenden kurz: „Elektro-E. u. Leuchten" genannt).

Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse der Handels- und Gaststätten-

[1] Vgl. Statistisches Bundesamt; Fachserie F: Handels- und Gaststättenzählung 1968; III. Handelsvermittlung, Heft 1 und 2, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart und Mainz 1973.

1. Unternehmen und Beschäftigte in den Jahren 1960* und 1968 (Stichtag ist jeweils 30. September)

Handelsvermittlung von	Unternehmen Zahl 1960	Unternehmen Zahl 1968	Unternehmen Änderg. (%)	Beschäftigte Zahl 1960	Beschäftigte Zahl 1968	Beschäftigte Änderg. (%)
Rundfunkgeräten usw.	319	214	— 33	1104	1153	+ 5
Elektro-E. und Leuchten	2759	2674	— 3	6579	6534	— 1

* Im Saarland wurden die Daten für den Stichtag 30. 9. 1961 erhoben.

2. Umsatz und vermittelter Warenumsatz in den Jahren 1959 und 1967

Handelsvermittlung von	Umsatz Wert (Tsd. DM) 1959	Umsatz Wert (Tsd. DM) 1967	Umsatz Änderg. (%)	Gesamtwert d. gegen Prov. verm. Waren Wert (Tsd. DM) 1959	Gesamtwert d. gegen Prov. verm. Waren Wert (Tsd. DM) 1967	Gesamtwert d. gegen Prov. verm. Waren Änderg. (%)
Rundfunkgeräten usw.	43 125	61 121	+ 42	496 465	471 642	— 5
Elektro-E. und Leuchten	141 769	198 300	+ 40	2 449 072	3 172 787	+ 30

3. Zusammensetzung des Umsatzes im Jahre 1967

Handelsvermittlung von	in der Handelsvermittlung*	im Großhandel	im Einzelhandel	in übrigen Bereichen	Umsatz insgesamt
	in 1000 DM				
Rundfunkgeräten usw.	19 310	15 479	1 013	25 319	**61 121**
	in Prozent v. Gesamt-Umsatz				
	31,6	25,3	1,7	41,4	**100**
	in 1000 DM				
Elektro-E. u. Leuchten	151 366	22 558	2 355	22 021	**198 300**
	in Prozent v. Gesamt-Umsatz				
	76,3	11,4	1,2	11,1	**100**

* Provisionseinnahmen, Kostenvergütungen.

4. Unternehmen und Umsatz im Jahre 1960 (1959) nach Bundesländern

Bundesland	Handelsvermittlung mit Rundfunkgeräten usw. Zahl der Unternehmen	Rundfunkgeräten usw. Umsatz (Tsd. DM)	Elektro-E. u. Leuchten Zahl der Unternehmen	Elektro-E. u. Leuchten Umsatz (Tsd. DM)
Schleswig-Holstein	6	1 692	46	2 184
Hamburg	13	8 767	193	20 379
Niedersachsen	24	2 189	278	13 870
Bremen	6	1 300	38	3 798
Nordrhein-Westfalen	51	17 167	823	60 368
Hessen	20	4 144	313	19 272
Rheinland-Pfalz	7	1 206	53	1 903
Baden-Württemberg	45	16 878	419	35 663
Bayern	25	5 173	340	29 724
Saarland	4	940	35	1 452
Berlin (West)	13	1 665	136	9 687
Bundesgebiet	214	61 121	2 674	198 300

5. Durchschnittliche Unternehmensgröße in den Jahren 1960 und 1968

Handelsvermittlung von	Umsatzvolumen* je Unternehmen			Beschäftigte je Unternehmen		
	1960	1968	Änderg.	1960	1968	Änderg.
	(Mio. DM)		(%)	Zahl		(%)
Rundfunkgeräten usw.	1,6	2,4	+ 49	3,5	5,4	+ 55
Elektro-E. und Leuchten	0,9	1,2	+ 34	2,4	2,4	± 0

* Summe aus dem Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren sowie dem sonstigen Umsatz (überwiegend Eigenumsatz).

6. Umsatz je beschäftigte Person und Provisionssatz im Jahre 1967 nach Umsatzgrößenklassen

Unternehmen mit Umsätzen von . . . DM	Handelsvermittlung von Rundfunkgeräten usw.		Handelsvermittlung von Elektro-E. u. Leuchten	
	Umsatz je beschäftigte Person (DM)	Provisionseinnahmen in % v. Gesamtwert d. gegen Prov. vermittelten Waren	Umsatz je beschäftigte Person (DM)	Provisionseinnahmen in % v. Gesamtwert d. gegen Prov. vermittelten Waren
weniger als 20 000	8 700	5,0	9 200	5,8
20 000 bis unter 50 000	21 500	3,0	20 400	5,1
50 000 bis unter 100 000	29 900	3,8	30 700	4,7
100 000 bis unter 250 000	41 600	3,7	37 100	4,6
250 000 bis unter 500 000	42 700	4,8	40 600	4,7
500 000 bis unter 1 Mio.	51 700	4,3	53 400	4,7
1 Mio. und mehr	88 000	4,2	128 300	3,9
Insgesamt	56 800	4,1	31 900	4,7

zählung für den Bereich der Handelsvermittlung erscheint uns trotz des bereits mehrere Jahre zurückliegenden Erhebungszeitpunkts besonders wichtig, weil dieser Sektor der Elektrowirtschaft im allgemeinen bei der Behandlung wirtschaftlicher Themen außer Betracht bleibt.

Handelsvermittlung verlor an Boden

Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, daß die Handelsvertretung als Absatzorgan der Wirtschaft in der BRD an Bedeutung verliert. Diese Tatsache wird durch die Ergebnisse des Handelszensus auch für den Elektrobereich bestätigt. Vor allem der im Vergleich zu Industrie und Handel nur schwache Umsatzanstieg in den sechziger Jahren, insbesondere die Entwicklung des Gesamtwerts der gegen Provision vermittelten Waren zeigt, daß Handelsvertreter und Handelsmakler Marktanteile verloren haben.

Im Jahre 1968 wurden in der BRD 214 Unternehmen der Handelsvermittlung von Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräten sowie 2674 Unternehmen der Handelsvermittlung von sonstigen elektrotechnischen Erzeugnissen und Leuchten gezählt. Gegenüber 1960 nahm die Zahl der Handelsvertreter und -makler für Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte um rd. ein Drittel ab – nicht zuletzt eine

eine neue Generation Fernseh-Zimmerantennen

„swing". Die „swing" ist einmal in den Normalausführungen ① und ② (der Unterschied besteht in verschiedenen Geräteanschlußsteckern für Geräte neuer oder älterer Bauart) besonders für sendernahe Verwendung erhältlich und unter der Bezeichnung „swing ⓔ" als

elektronische Fernseh-Zimmerantenne

mit einem antennenintegrierten Verstärker und mit eingebautem Netzteil ausgestattet.
Bei alledem sind diese technisch vollendeten Neuschöpfungen nicht teurer als die entsprechenden herkömmlichen Zimmerantennen.
Den „swing"-Zimmerantennen werden zwei verschiedene Farbkappen beigefügt, um sie in jedem Fall dem Umfeld harmonisch farbig anpassen zu können. Wo das attraktive Orange der Lieferausstattung nicht paßt, einfach die ledergenarbte schwarze oder die moosgrüne Kappe auf das Mittelteil setzen – fertig.
Die „swing" ist für die Sonderschau der Hannover-Messe „Die gute Industrieform 1973" ausgewählt worden.

Hans Kolbe & Co. Nachrichtenübertragungstechnik
3202 Bad Salzdetfurth Postfach 49

Folge des Konzentrationsprozesses auf den vor- und nachgelagerten Stufen. Kaum verändert hat sich die Zahl der Firmen, die andere elektrotechnische Erzeugnisse und Leuchten vermitteln (Tabelle 1).

Tabelle 2 zeigt die Umsatzentwicklung zwischen 1959 und 1967. Der Umsatz umfaßt hier die vereinnahmten Provisionen und Kostenvergütungen sowie den Gesamtumsatz aus dem Eigengeschäft. Ein Vergleich mit der Entwicklung des Gesamtwerts der gegen Provision vermittelten Waren zeigt, daß vor allem in der Rundfunk-, Fernseh- und Phonobranche der Anteil des Vermittlungsgeschäfts am gesamten Geschäftsvolumen der Unternehmen rückläufig war. Im genannten Bereich wurden 1967 weniger Waren gegen Provision vermittelt als 1959. Vergleichsweise stieg im gleichen Zeitraum der Umsatz auf der Einzelhandelsstufe um 56%.

Vom Umsatz der Handelsvertreter und Handelsmakler entfielen in der Rundfunk-, Fernseh- und Phonobranche 1967 nur knapp 32% auf Provisionseinnahmen und Kostenvergütungen, also auf das eigentliche Handelsvermittlungsgeschäft, während gut 25% auf Großhandelsgeschäft, knapp 2% auf das Einzelhandelsgeschäft und über 40% auf Umsätze in anderen Geschäftsbereichen (z. B. Reparatur) entfielen.

Erheblich größer ist mit rd. 76% das Gewicht der eigentlichen Vermittlertätigkeit im Bereich der elektrotechnischen Erzeugnisse (Tabelle 3). In beiden Sparten ist der Anteil des Provisionsgeschäfts bei den kleineren Firmen am höchsten; mit zunehmender Betriebsgröße gewinnt die Betätigung in anderen Wirtschaftsbereichen an Bedeutung.

Konzentration auf größere Unternehmen

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Handelsvertreterunternehmen war 1968 im Rundfunk-, Fernseh- und Phonogerätesektor etwa doppelt so hoch wie im Bereich der elektrotechnischen Erzeugnisse. Dies gilt sowohl für die Beschäftigtenzahl (5,4 bzw. 2,4 Personen) als auch für das Umsatzvolumen (2,4 Mio. DM bzw. 1,2 Mio. DM). Als Maßstab für die Umsatzgröße je Unternehmen wurde dabei auf die Summe aus dem Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren sowie dem Eigenumsatz zurückgegriffen, da der steuerliche Umsatzbegriff wegen der von Betrieb zu Betrieb unterschiedlichen Zusammensetzung ein verzerrtes Bild ergäbe.

Tabelle 5 zeigt, daß die Betriebsgrößenkonzentration in der Handelsvermittlung von Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräten in den sechziger Jahren beträchtlich stärker war als in der Handelsvermittlung von elektrotechnischen Erzeugnissen und Leuchten. Diese Feststellung läßt sich auch durch die Aufgliederung der Unternehmens- und Umsatzzahlen, wie sie in den Tabellen 7 und 8 vorgenommen wurde, belegen. Während in der erstgenannten Branche 1960 noch 72% der Unternehmen weniger als 100 000 DM umsetzten (ihr Anteil am Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren hatte damals 23% betragen), fielen 1968 nur mehr 63% in diese Größenklasse (Umsatzanteil: 18,5%). Deutliche Anteilsgewinne, sowohl was die Zahl der Unternehmen als auch den vermittelten Warenumsatz betrifft, verzeichneten lediglich die über 500 000 DM liegenden Umsatzgrößenklassen.

Bei den Handelsvermittlern von elektrotechnischen Erzeugnissen und Leuchten waren spürbare Umsatz-Anteilsgewinne bereits für die Unternehmen mit Jahresumsätzen von mehr als 250 000 DM festzustellen. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, daß 93,6% aller Unternehmen dieser Branche 1968 noch unter dieser Umsatzmarke lagen (vgl. die kumulierten Anteilsätze in Spalte 3 von Tabelle 8); sie tätigten knapp 70% des Fremdgeschäftes des gesamten Bereichs.

2,7 Vertretungen je Unternehmen

In beiden Fachsparten hatten 1968 die Handelsvermittlungsunternehmen durchschnittlich 2,7 Vertretungen übernommen. Dies entspricht fast genau der durchschnittlichen Vertretungszahl in der gesamten Handelsvermittlung in der BRD (alle Bereiche der Wirtschaft). Dabei dominieren auch in den Elektrosparten eindeutig die Einfirmenvertreter (44 bzw. 49%). Nur knapp 20% sind für 5

7. Unternehmen*, Umsätze und gegen Provision vermittelter Warenumsatz im Jahre 1968 (1967) nach Umsatzgrößenklassen

Unternehmen mit einem Umsatz von ... DM	Zahl der Unternehmen		Umsatz in 1000 DM		Gesamtwert der gegen Prov. vermittelten Waren in 1000 DM	
	1960	1968	1959	1967	1959	1967
Handelsvermittlung von Rundfunkgeräten usw.						
weniger als 20 000	114	51	1 143	539	30 824	10 253
20 000 bis unter 50 000	66	50	2 095	1 590	58 990	46 812
50 000 bis unter 100 000	33	25	2 414	1 675	38 152	30 083
100 000 bis unter 250 000	40	26	5 981	4 369	86 505	65 819
250 000 bis unter 500 000	28	16	9 805	5 168	144 727	61 128
500 000 bis unter 1 Mio.	6	19	3 688	14 528	29 223	125 055
1 Mio. und mehr	9	13	17 659	33 252	100 204	132 492
Handelsvermittlung von Elektro-E. u. Leuchten						
weniger als 20 000	1 133	773	11 948	8 321	207 029	140 856
20 000 bis unter 50 000	703	773	22 312	24 420	428 120	451 434
50 000 bis unter 100 000	399	455	27 865	31 863	565 453	605 762
100 000 bis unter 250 000	289	384	43 914	57 174	789 131	1 016 591
250 000 bis unter 500 000	62	116	20 907	39 012	276 277	544 614
500 000 bis unter 1 Mio.	13	38	8 229	24 680	134 578	330 216
1 Mio. und mehr	3	7	5 102	12 830	32 939	83 276

* ohne Firmen ohne Umsatzangaben sowie ohne Neugründungen.

8. Unternehmens- und Umsatzkonzentration (Anteile in %)

Unternehmen mit einem Umsatz von ... DM	Unternehmen			Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren		
	1960	1968	1968 kumuliert	1959	1967	1967 kumuliert
Handelsvermittlung von Rundfunkgeräten usw.						
weniger als 20 000	38,5	25,5	25,5	6,3	2,2	2,2
20 000 bis unter 50 000	22,3	25,0	50,5	12,1	9,9	12,1
50 000 bis unter 100 000	11,2	12,5	63,0	7,8	6,4	18,5
100 000 bis unter 250 000	13,5	13,0	76,0	17,7	14,0	32,5
250 000 bis unter 500 000	9,5	8,0	84,0	29,6	13,0	45,5
500 000 bis unter 1 Mio.	2,0	9,5	93,5	6,0	26,5	72,0
1 Mio. und mehr	3,0	6,5	100,0	20,5	28,0	100,0
Handelsvermittlung von Elektro-E. u. Leuchten						
weniger als 20 000	43,6	30,3	30,3	8,5	4,4	4,4
20 000 bis unter 50 000	27,0	30,3	60,6	17,6	14,2	18,6
50 000 bis unter 100 000	15,3	17,9	78,5	23,2	19,1	37,7
100 000 bis unter 250 000	11,1	15,1	93,6	32,4	32,1	69,8
250 000 bis unter 500 000	2,4	4,6	98,2	11,4	17,2	87,0
500 000 bis unter 1 Mio.	0,5	1,5	99,7	5,5	10,4	97,4
1 Mio. und mehr	0,1	0,3	100,0	1,4	2,6	100,0

oder mehr Auftraggeber tätig. Allerdings entfallen auf sie über 49% vom Gesamtwert des vermittelten Umsatzvolumens (Tabelle 9).
Die weit überwiegende Zahl der Handelsvertreter ist ausschließlich für deutsche Hersteller und Großhändler tätig. In der Rundfunk-, Fernseh- und Phonogerätesparte bearbeiteten 1968 nur 15 Handelsvertreter den deutschen Markt für insgesamt 27 ausländische Firmen (davon 11 mit Sitz im EWG-Raum und 16 im übrigen Ausland). Etwas höher ist der Anteil der für Firmen mit Sitz im Ausland übernommenen Vertretungen im Bereich der elektrotechnischen Erzeugnisse (rd. 6%); er ist jedoch auch hier noch wesentlich kleiner als im Durchschnitt der übrigen Wirtschaftsbereiche. 150 Handelsvertreter hatten 1968 insgesamt 242 Vertretungen für Firmen mit Sitz in anderen EWG-Ländern, 118 Handelsvertreter insgesamt 184 Vertretungen für Firmen mit Sitz im übrigen Ausland übernommen.
In den seither vergangenen Jahren hat das Engagement ausländischer Firmen auf dem deutschen Markt erheblich zugenommen, so daß der Anteil ausländischer Vertretungen im Vertretungssortiment deutscher Handelsvertreter beträchtlich gestiegen sein dürfte.

9. Unternehmen, Zahl der übernommenen Vertretungen und vermittelter Warenumsatz im Jahre 1968 (1967) nach „Vertretungsgrößenklassen"

Unternehmen mit ... Vertretungen	Unternehmen		Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren		übernommene Vertretungen
	Zahl	Anteil (%)	1000 DM	Anteil (%)	Zahl
Handelsvermittlung von Rundfunkgeräten usw.					
1	92	44,9	119 927	25,8	92
2	32	15,3	63 801	13,7	64
3 und 4	45	21,5	89 516	19,2	157
5 und 6	26	12,4	115 945	24,9	143
7 und 8	9	4,3	39 095	8,4	68
9 und mehr	5	2,4	37 095	8,0	45
Insgesamt	**209**	**100,0**	**465 379**	**100,0**	**569**
Handelsvermittlung von Elektro-E. u. Leuchten					
1	1 282	48,2	819 693	26,0	1 282
2	364	13,7	305 405	9,7	728
3 und 4	517	19,4	722 122	22,8	1 759
5 und 6	260	9,8	535 645	16,9	1 405
7 und 8	121	4,6	314 424	9,9	897
9 und mehr	115	4,3	466 537	14,7	1 035
Insgesamt	**2 659**	**100,0**	**3 163 826**	**100,0**	**7 106**

10. Provisionssätze und Rohertragsquoten in den Jahren 1959 und 1967

Handelsvermittlung von	Provisionseinnahmen und Kostenvergütungen in % vom Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren		Rohertrag in % vom Umsatz 1967
	1959	1967	
Rundfunkgeräten usw.	3,4	4,1	43,9
Elektro-E. u. Leuchten	4,5	4,7	82,6

Leichter Anstieg der Provisionssätze

Ein Vergleich der Zensusergebnisse zeigt, daß die Provisionssätze, d. h. der Anteil der Provisionseinnahmen und Kostenvergütungen am Gesamtwert der gegen Provision vermittelten Waren zwischen 1959 und 1967 zugenommen hat (Tabelle 10). In der Sparte Rundfunk-, Fernseh- und Phonogeräte stieg er von 3,4% auf 4,1%, in der Sparte elektrotechnische Erzeugnisse und Leuchten – weniger stark – von 4,5 auf 4,7%. Ein eindeutiger Zusammenhang zwischen der Betriebsgröße und der Höhe des Provisionssatzes läßt sich nicht feststellen (Tabelle 6).
Weniger Aussagekraft als für den Großhandel und den Einzelhandel hat in der Handelsvermittlung die Handelsspanne, d. h. der Rohertrag in Prozent des Umsatzes. Ihre Höhe ist nämlich davon abhängig, in welchem Verhältnis sich der Umsatz aus Provisionseinnahmen und Eigenumsatz zusammensetzt. Das starke Auseinanderklaffen der Rohertragsquoten in den beiden Bereichen (Tabelle 10) ist darauf zurückzuführen, daß in der Rundfunk-, Fernseh- und Phonosparte der Anteil des Eigengeschäfts – wie in Tabelle 3 gezeigt wurde – mehr als doppelt so hoch ist wie im Bereich der elektrotechnischen Erzeugnisse. Völlig ungeeignet ist diese Kennziffer deshalb zur Beurteilung der Ertragsentwicklung. Der Umsatz je beschäftigte Person (diese Relation wird im allgemeinen als Ausdruck der Arbeitsproduktivität verwendet) stieg zwischen 1959 und 1967 im Rundfunk-, Fernseh- und Phonobereich der Handelsvermittlung um 45% auf 56 800 DM und im elektrotechnischen Bereich um 48% auf 31 900 DM. Mit zunehmender Betriebsgröße steigt die Personalleistung beträchtlich an (Tabelle 6). Dies ist nicht in vollem Umfang Ausdruck höherer Produktivität der größeren Betriebe, sondern zum Teil auf deren überdurchschnittlichen Eigengeschäftsanteil zurückzuführen. ■

Schade, daß ich nicht öfter kommen muß, aber meine Halbleiter sind von Heninger!
Heninger

Einzelhandelsverband

Sterben die Fachgemeinschaften?

Die Arbeit der Fachgemeinschaften in den Einzelhandelsverbänden steht häufig im Brennpunkt der Kritik. Darüber hinaus haben viele Einzelhändler bereits resigniert und kümmern sich kaum noch um Verbandsangelegenheiten. Diese Situation und ihre Ursachen beleuchtete kürzlich die Deutsche Einzelhandelszeitung sehr offen in einem Artikel, den wir mit freundlicher Genehmigung der Redaktion im vollen Wortlaut wiedergeben.

In allen Einzelhandelsverbänden führen die Fachgemeinschaften der einzelnen Branchen seit Jahren mehr oder weniger ein Schattendasein.

Aus der Personalsituation heraus werden in den Verbänden gleich mehrere Fachgemeinschaften von einem Sachbearbeiter betreut. Trotzdem mangelt es nicht an Verbandsaktivitäten, um Sitzungen und sonstige Veranstaltungen für Fachgemeinschaften zu veranstalten. Aber sie finden bei den Mitgliedern der einzelnen Branchen eine stets schwächer werdende Resonanz. Der Erfahrungs- und Gedankenaustausch der Kollegen untereinander scheint heute nur noch geringfügigen Wert zu besitzen.

Einmal mag es daran liegen, daß man sich immer nach als Konkurrenten betrachtet, weniger als Mitbewerber. Vor allem fürchtet man, der Kollege am gleichen Ort könnte selbst von diesen Sitzungen profitieren und Erkenntnisse gewinnen, die sich nachteilig für andere Mitglieder der gleichen Branche auswirken. Das wird von der jungen Generation nicht zu Unrecht als Schrebergartendenken apostrophiert, denn der Ruf des Einzelhandels eines Ortes oder einer Branche wird durch alle seine Mitglieder geschaffen. Zum anderen sehen gerade die jungen Unternehmer in den Fachgemeinschaften eine Art fest etablierten Seniorenclub. Seine Mitglieder stellen zwar fachliche Themen an die erste Stelle, nehmen aber an den Sitzungen nicht zuletzt auch wegen des späteren Umtrunks oder der Skatrunde teil. Beispiele, die örtlich beliebig variiert werden können.

Es müssen keine Beispiele „an den Haaren herbeigezogen werden", wie die einzelnen Einzelhandelsverbände bestätigen können. Nicht wenige Sitzungen von Fachgemeinschaften leiden unter akutem Besuchermangel. Andere bringen nur eine Runde zusammen, wenn im Mittelpunkt ein Abendessen steht, das natürlich aus Verbandsmitteln bestritten wird. Als ob man damit nicht andere Aufgaben besser finanzieren könnte, von denen der gesamte Einzelhandel oder eine Branche mehr profitieren könnte.

Die junge Generation bleibt diesen Fachgemeinschaftssitzungen aus den genannten Gründen fern, weil sie nicht selten auch aufgrund des Alters dort kaum zu Wort kommt. Daraus resultieren auch die recht häufigen Schwierigkeiten, wenn ein neuer Vorsitzender einer Fachgemeinschaft gewählt werden soll. Es fehlt an ausreichenden Bewerbern, und man greift oft auf altgediente Mitglieder zurück, für die aber infolge der weiteren Häufung von Ehrenämtern auch dieses Amt nur eine lästige Bürde ist. Anlässe und Gesprächsthemen für Sitzungen von Fachgemeinschaften werden dagegen nicht weniger, die Probleme sind eher vielfältiger und grotesker geworden. Zwar betreibt die Mehrzahl der Fachhändler einzelner Branchen innerhalb ihres Einkaufsverbandes einen regen Meinungsaustausch. Dabei werden zahlreiche Probleme der Branche recht vielschichtig behandelt. Aber auf regionaler Ebene sind sie doch weitaus differenzierter. Doch gerade das scheinen viele Einzelhändler nicht zu erkennen, sonst würden sie den Sitzungen ihrer Fachgemeinschaften wieder größere Bedeutung zumessen.

Vom Einzelhandelsverband erwartet man auf örtlicher Basis zahlreiche Aktivitäten von allen Branchen. Aber ohne aktive Fachgemeinschaften, die eine Art „Unterparlament" der Verbände sind, muß es den Einzelhandelsverbänden schwerfallen, überhaupt Initiativen zu ergreifen.

Wenn erst einmal etwas geschehen ist, was für den Einzelhandel oder einzelne Branchen negative Auswirkungen haben kann, hilft der Ruf nach dem Verband wenig.

Verkehrspläne, Parkprobleme, Standortdiskussionen, Werbemaßnahmen und dergleichen mehr können durchaus zuerst innerhalb einer Fachgemeinschaft beraten werden, um dann aus diesen heraus die verschiedensten Anregungen an den Beirat weiterzuleiten.

Wie etwa soll ein Sprecher eines Einzelhandelsverbandes für eine Branche auf Aktionen der Verbraucherverbände antworten, wenn zuvor darüber nicht in Fachgemeinschaften debattiert wurde?

Das schlechte Image des Einzelhandels oder einzelner Branchen wird immer wieder lauthals beklagt. Aber nicht einmal an der Basis zur Gestaltung eines positiveren Image in der eigenen Stadt können Fachgemeinschaften mitarbeiten, wenn die anberaumten Sitzungen nur auf Desinteresse stoßen. Quo vadis, Fachgemeinschaft?

F. R.

Versicherungsbeiträge

Der unbezahlte Urlaub

Häufig kommt es vor, daß Arbeitnehmer den Wunsch haben, vorübergehend unbezahlten Urlaub zu nehmen. Bleibt in dieser Zeit das versicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnis bestehen und sind Krankenversicherungs- sowie Sozialversicherungsbeiträge während dieser Zeit zu entrichten?

Nach den gesetzlichen Bestimmungen ist der Arbeitnehmer nur dann versichert, wenn er „gegen Entgelt beschäftigt" wird. Das ist also der Fall, wenn er für eine unselbständige Beschäftigung entlohnt wird. Daraus ergibt sich, daß auch dann die Versicherungspflicht fortbesteht, wenn der Arbeitnehmer unter Weiterzahlung des Lohnes oder Gehalts Urlaub erhält. Wie verhält es sich aber im Falle des unbezahlten Urlaubs? Vielfach besteht die Meinung, daß allein durch das Fortbestehen des Arbeitsverhältnisses auch die Sozialversicherung unverändert fortbestehe. Das ist jedoch nicht der Fall, da ja „kein Entgelt" während der Zeit des unbezahlten Urlaubs gezahlt wird.

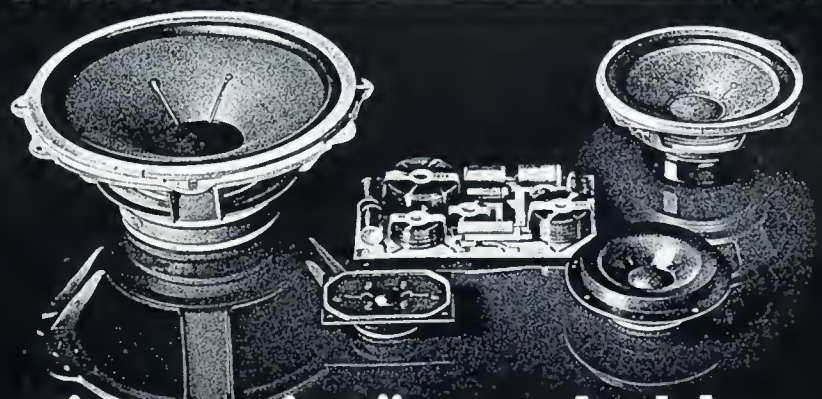
Nach der Rechtsprechung des Bundessozialgerichts unterbricht ein unbezahlter Urlaub von nicht mehr als drei Wochen das versicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnis in der Sozialversicherung nicht. Bisher war das jedoch nur dann der Fall, wenn von vornherein feststand, daß der unbezahlte Urlaub nicht länger als drei Wochen dauern würde. Einer neuesten Entscheidung des Bundessozialgerichts zufolge ist es jedoch für das Weiterbestehen des versicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisses nicht mehr erforderlich, daß die Vertragsparteien von vornherein vereinbaren, daß der unbezahlte Urlaub sich auf die Dauer von höchstens drei Wochen erstrecke. Auch ohne eine solche zeitliche Befristung der Dauer des unbezahlten Urlaubs besteht das versicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnis bis zur Dauer von drei Wochen seit dem Wegfall der Entgeltzahlung weiter.

In ursächlichem Zusammenhang mit dem Fortbestehen des versicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnisses während des unbezahlten Urlaubs steht die Frage der Entrichtung der Beiträge zu den Sozialversicherungen. Hierzu führt das Gericht aus, daß während der Zeit des unbezahlten Urlaubs keine Beiträge zur Krankenversicherung zu entrichten sind. Diese Auffassung findet darin ihre rechtliche Stütze, daß die Beiträge zur Krankenversicherung grundsätzlich von dem Betrag zu entrichten sind, der für die Berechnung der Lohnsteuer maßgebend ist. Da jedoch während der Zeit des unbezahlten Urlaubs kein Lohn anfällt, ist somit auch

Neu für Ohr und Auge:

acustic line HiFi-Lautsprecherboxen von Wigo: Damit auch Musikfreunde, die gute Formen lieben, nicht mehr auf gute Technik verzichten müssen.

Beispiel HiFi-Box «A 5».
Die Technik: 4-Weg-Box mit Kalotten-Mittel- und Hochtonsystem. Musikbelastbarkeit 100 Watt. Übertragungsbereich 20–25 000 Hertz. Für Verstärker/Receiver mit 4–8 Ohm Ausgang.
Die Form: Siehe Bild. Im Design aktueller Wohnlichkeit. Weißer Schleiflack oder echtes Nußbaum-Furnier mit veredeltem, abnehmbarem Aluminium-Lochblech.
Größe: 720×405×290 mm.
Der Preis: DM 895.– inkl. Mwst. (preisgebunden).



Wigo acustic. Hören und erleben.

wigo acustic

Wigo Gottlob Widmann+Söhne GmbH, 7914 Pfuhl-Burlafingen, Mitglied des deutschen High Fidelity Instituts e.V.

HITACHI-
immer beliebter! Warum? Weil diese 3 Spitzenprodukte einer neuen Recorder-Generation Ihren Umsatz beleben.

TRK-1100E

Ein Radio-Kassetten-Recorder im Technical Look, für Netz- und Batteriebetrieb. UKW- und MW-Radio. 1.0 Watt Ausgangsleistung und eingebautes Mikrofon. Mit breitem Trageriemen, Bandzählwerk, Kurbelsendersuchwahl und Auto-Stop.

TRQ-30

Der Mini-Kassetten-Recorder im Metallic Look. Natürlich mit Auto-Stop, eingebautem Mikrofon, ansteckbarem Netzteil, Zweitmikrofon und Bandzählwerk. Ausgezeichnet mit DIE GUTE INDUSTRIEFORM 73.

TRK-1260E

Der Spitzenreiter für höchste Ansprüche. UKW, MW, KW und LW. Integrierter Recorder mit 2.0 Watt Ausgangsleistung, eingebautem Mikrofon und einem Frequenzbereich von 80–10.000 Hz.

Alle Radio-Recorder und Kassetten-Recorder von Hitachi sind robust, langlebig und trudelsicher. Und die kulanten Garantie-Bedingungen sind schon sprichwörtlich. HITACHI – der richtige Partner mit dem perfekten Programm.

HITACHI

Hitachi Sales Europa GmbH · 2 Hamburg 54 · Kl. Bahnstr. 8

5734
Hoffmann J.
G 2 7
16